

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Bakalářská práce

Erika Jaročová

Politická vyváženost zpravodajství v tisku

Political bias: a content analysis

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 7. prosince 2014

.....
Jméno a příjmení

Obsah

Úvod.....	8
1. Teoretická část.....	9
1.1. vliv masových médií	9
1.1.1. hodnotové působení	10
1.2. vyváženost a objektivita	11
1.2.1. historie.....	12
1.2.2. normativní požadavky na zpravodajství	13
1.2.3. jak dosáhnout vyváženosti a objektivity	15
1.2.4. kritika vyváženosti a objektivity	17
1.3. zdroje předpojatosti	19
1.3.1. organizační vlivy	19
1.3.2. politické působení	20
1.3.3. ekonomické vlivy	23
2. Výzkumná část.....	26
2.1. výzkumné otázky, hypotézy:	26
2.2. metodologie výzkumu	26
2.3. výběrový soubor	27
2.4. analýza dat, výsledky	28
2.4.1. VO1: V kolika člancích jsou zmíněny jednotlivé strany/kandidáti?.....	28
2.4.2. VO2: Je strana/kandidát prezentována negativně, neutrálně nebo pozitivně?.....	32
2.4.3. VO3: Kolikrát byla strana/kandidát zmíněna v člancích?	37
2.4.4. VO4: V kolika člancích byla strana/kandidát zmíněna na první straně novin?	39
2.4.5. VO5: Jaké je zastoupení stran v titulcích článků?	41
2.4.6. VO6: Jaké je zastoupení článků, které zmiňují jen jednu politickou stranu?	43
Závěr	46
Zdroje	47

Úvod

Cílem práce je zmapovat politickou vyváženost a objektivitu ve třech největších českých denících. Téma jsem si vybrala z toho důvodu, že v dnešní době stoupá vliv médií a tím i vliv médií na informovanost o politických stranách. Proto je důležité zabývat se tím, jaký obsah v této oblasti média publiku zprostředkovávají. V teoretické části se budu pro vysvětlení důležitosti tématu práce nejprve věnovat vlivu masových médií na společnost. Dále se budu zabývat vysvětlením samotného tématu vyváženosti a objektivity a také tím, jaké faktory mohou způsobit porušení vyváženosti/objektivity.

V druhé části práce se budu věnovat výzkumu vyváženosti a objektivity v předvolební kampani v denících. Výzkumná část navazuje na poznatky, uvedené v teoretické části. Tato část se zabývá několika výzkumnými otázkami. Zkoumá, v kolika článcích jsou zmíněny jednotlivé strany/kandidáti, jestli je strana prezentována negativně, pozitivně nebo neutrálně. Dále také, kolikrát celkově byla strana v článcích zmíněna a v kolika článcích byla strana přítomna na první straně novin. Dalšími otázkami bylo, jaké je zastoupení stran v titulcích článků a jaké je celkové zastoupení článků, zmiňujících jen jednu politickou stranu.

Hlavními zdroji pro napsání práce byla kniha *Mass Communication Theory* od Denise McQuaila v českém překladu (*Úvod do teorie masové komunikace*). Tato kniha se do velké hloubky věnuje tématu vyváženosti a objektivity v masových médiích. Dalším důležitým zdrojem pro tuto práci byla kniha *Sociology of journalism* od Briana McNaira v českém překladu (*Sociologie žurnalistiky*). Kromě dalších odborných knih byly pro práci využity také odborné studie převážně z USA.

1. Teoretická část

1.1. vliv masových médií

Podle většiny odborníků mají média moc, jsou potenciálním prostředkem ovládní společnosti (Burton, 2001, s. 115; McQuail, 2002, s. 21; Kapoun, 2003, s. 11). Je tomu tak proto, že jsou hlavním zdrojem informací, které členové společnosti přijímají (McNair, 2006, s. 60; McCombs & Shaw, 1972; Huk, 2008, s. 11). Nikdo se nemůže osobně zúčastnit všech důležitých událostí, proto jsou lidé odkázáni na informace z médií. Svým referováním o událostech tak mohou média ovlivňovat veřejné mínění. Proto se mezi akademiky i laiky objevuje potřeba zkoumat obsahy, které publiku sdělují.

Mezi odborníky panuje shoda na tom, že se vliv masových médií ve společnosti stále zvyšuje (McQuail, 2002, s. 21; Müller, 2008, s. 140). Neshodnou se ale, jestli média tento vliv záměrně využívají. Například podle Burtona (2001, s. 390) média sice moc mají, ale to neznamená, že jí využívají. Je také malá shoda na tom, jaké povahy je toto působení. Podle Jiráka (2003, s. 207) se stále mění a není možné ho zkoumat samostatně. Lidé často zakládají své hodnocení kandidátů politických stran na tom, jak je o nich pojednáváno ve zprávách - priming a také formují svůj názor na události v souladu s tím, jak o nich pojednávají zprávy – framing (Druckman, 2005, s. 1030).

Informace, podané médii, mohou vyvolat například protesty proti chystaným změnám. Je tedy důležité, jak média o těchto tématech informují. Vládní instituce proto investují do komunikace s veřejností prostřednictvím PR agentur a tiskových mluvčích. Usilují o to, aby média prezentovala jejich pohled na události. Zprávy podle McNaira (2004, s. 61) utvářejí veřejné mínění, a tak se je politici naučili produkovat.

Firmy i politické strany také předpokládají, že média mají vliv na rozhodování lidí. Proto si zadávají v médiích reklamu. Existuje nespočet samostatných studií vlivu reklam na chování spotřebitelů. Bez médií není možné stát se známým ani šířit své myšlenky k většímu množství lidí. Platí to jak o filmových a hudebních hvězdách, tak o politicích. V podstatě můžeme říci, že každý, kdo chce prosadit svou myšlenku nebo někoho o něčem přesvědčit, se snaží vystupovat v médiích.

Média také organizují zábavu a volný čas. Jsou nejběžnější náplní volného času a zdrojem zábavy. Müller (2008, s. 144) podotýká, že kvůli komerci a zábavě se média bulvarizují, funkci informační nahrazuje podle něho funkce zábavní. Větší komerční úspěch mají média, která jsou zábavná, podávají informace zábavnou formou (tzv. infotainment). Také McNair (2004, s. 61) podotýká, že média vedla k zjednodušení prezentace politiky na konfrontaci a střet.

1.1.1. hodnotové působení

Podle McQuaila (2002, s. 21) jsou média zdrojem výkladů sociální reality a představ o ní. Také podle Huka (2008, s. 11) mohou média ovlivňovat systém hodnot. Naopak změny v kultuře a hodnotách společnosti a skupin zpětně ovlivňují, čím se budou zabývat média (McQuail 2002, s. 21). Otázkou je, zda média mohou posunout systém hodnot. Někteří odborníci zastávají názor, že média hodnoty společnosti určují, a někteří, že je jen odrážejí. Například podle Burtona (2001, s. 11) mohou média pomocí nastolování témat posouvat hierarchii hodnot ve společnosti, mohou akcentovat některé oblasti a jiné potlačovat.

Zprávami se kromě informací přenášejí také hodnoty a představy. Média mohou být nejen hlavním zdrojem informací, ale i myšlenek a názorů. To platí hlavně pro děti a mladé lidi, kteří si prostřednictvím médií dělají představu o normách a pravidlech. Média mohou ovlivnit jednání a uvažování lidí. Podle Trampoty (2006, s. 163) určují hodnotovou orientaci. Podle Burtona (2001, s. 10) novinář zasazuje fakta do souvislostí, dává suchému sdělení kontext, význam, hodnotu. K publiku se dostávají předpoklady, názory a postoje lidí, kteří toto sdělení vytvořili. Lidé ale mohou jeho zprávy porovnávat s jinými, proto nesmí překročit mez přijatelnosti. (Burton, 2001, s. 10) Toto se týká také politických událostí, témat a aktivit (Kapoun 2003, s. 11).

Kvůli uvedenému vlivu masových médií na publikum se objevuje potřeba sledovat jejich informování o různých oblastech života společnosti. Ať už se to týká otázek genderu, zahraničních událostí, menšin nebo politiky. Liberálně-demokratické státy se snaží určit zákony především proti koncentraci vlastnictví médií. Také média sama se z důvodu poptávky od společnosti snaží regulovat různými pravidly. Hlavním pravidlem informování médií je objektivita a v oblasti informací o politice především vyváženost zpravodajství. Těmto tématům se věnuji dále v práci.

1.2. vyváženost a objektivita

Kvůli vlivu médií, zmíněnému výše, společnost požaduje pravidla, která zajistí pravdivé informování médií o událostech. Koncept objektivity v médiích má zajistit zprostředkování reality tak, aby se její mediální obraz co nejvíce blížil skutečnosti (Huk, 2008, s. 41). Reprezentace světa v médiích je vždy jiná, než jaký svět opravdu je. Média jsou ale kvůli tlaku společnosti nucena přijímat profesní postupy a normy, které mají za cíl zajistit co nejpravdivější informování o skutečnosti.

Různí autoři dělí objektivitu na různé složky. Shoda panuje na složce vyváženosti. Média by měla uvádět názor všech stran, zúčastněných ve sporu. Prostor těchto stran pro vyjádření by měl být srovnatelný. Další často uváděnou složkou objektivity je nestrannost. Z jazyka zpravodajství by nemělo být zřejmé, jakou stranu novinář upřednostňuje (Levite, 1996).

Co se týká politického působení médií, je snaha objektivitu nejen vyžadovat, ale také měřit. Většina studií v rámci politické objektivity se zaměřuje na opak objektivity, kterou je předpojatost ve zpravodajství (Druckman, 1999; Dunway, 2007; Morrise, 2007). Další studie se zabývají vyvážeností, pojímají ji ale více široce, než je v definici, uvedené výše (Fico & Freedman, 2008; Fico, Freedman & Love, 2006; Fico & Cote, 1999). U různých výzkumníků i teoretiků nejsou pojmy jako vyváženost, objektivita, předpojatost a nevyváženost pojímány stejně. Podobné je to u anglických pojmů bias, slant, balance.

V rámci výzkumů mediálních výstupů se autoři v naprosté většině věnují měření prostoru a počtu zmínění jednotlivých politických stran v článcích. Dále také tomu, jestli je zpráva věnována jen jedné nebo více politickým stranám a kolik mají jednotlivé strany prostoru. Také tomu, jaké strany jsou zmíněny v titulcích. Zkoumají tedy vyváženost. Většinou je zde tedy porušení objektivity zpravodajství zkoumáno právě přes vyváženost zpravodajství, jak jí pojímám v této práci.

Například studie *The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters* zkoumala v obsahové analýze novin délku článků, pozici článků, přítomnost přímé řeči kandidáta, pozitivní, neutrální nebo negativní reprezentaci kandidáta, a také téma článku - problém, charakteristika kandidáta, článek o kampani (Druckman, 2005, s. 1036-1037). Cílem obsahové analýzy novin studie *Examining Institutional and Political Influences on Slanted Campaign News Coverage* bylo hlavně identifikovat pozitivní nebo negativní informování o kandidátech (Dunaway, 2007, s. 11).

1.2.1. historie

Periodická forma produkce novin začala na přelomu 18. a 19. Stol. Noviny byly ze začátku stranické, otevřeně podporovaly jednu stranu. Podle McQuaila (2002, s. 34) byly ale od počátku skutečným nebo potenciálním protivníkem vládnoucí moci. Proto bylo nutné bojovat o jejich svobodu. Vlády zasahovaly do jejich obsahu cenzurou, ta byla běžnou součástí vydávání novin. Také zde byly další významné možnosti omezování médií ze strany státu jako kolky a daně.

Požadavek svobody tisku vzešel z komerční sféry, také od aktivistů. Svoboda tisku se postupně zvyšovala. Na konci 19. stol. se prosadil liberalismus, mimo jiné formální nezávislost novin na státu. Postupně byla zrušena přímá cenzura a finanční omezení. Existovaly stranické noviny, které nebyly komerčně úspěšné, proto jich byla většina časem zrušena (McQuail, 2002, s. 35).

Nejdříve byla svoboda tisku prosazena ve Velké Británii (1695) a v USA (1791), nejpozději ve Francii (1881) a v Německu (90. léta 19. stol.). Londýnské The Times vycházejí od roku 1788 a staly se vlajkovou lodí prestižního tisku, brzy po svém vzniku zahájily vlastní zpravodajství, nezávislé na vládě (Rosůlek, 2010, s. 22).

Masový prodej tisku se rozšířil až ve 30. letech 19. stol. V USA vznikly levné noviny, tzv. penny press. Ty se prodávaly za méně, než byla jejich výrobní cena. Další peníze získávaly prodejem místa na reklamu. Tato proměna tisku vedla k vysoké prodejnosti a dalšímu zvyšování ceny reklamy. V USA byla komercializace nejvýraznější (Rosůlek, 2010, s. 23). Tisk se stal závislým na reklamě a to vedlo k tlaku na politický populismus a podpoře konzumu (McQuail, 2002, s. 36).

Podle Rosůlka v posledním desetiletí 19. stol. začal větší boj o dělnické čtenáře, politické debaty začala zastiňovat zábava (2010, s. 24). Ve stejné době vznikl tzv. žlutý žurnalismus, bulvární noviny. Vyznačovaly se většími titulky, komiksy, karikaturami a dalšími obrázky. Tyto noviny se snažily psát zábavně, zkracovaly informace a psaly o osobním životě politiků a jiných známých osobností (Rosůlek, 2010, s. 25). Bývaly nejčtenější nižšími společenskými třídami (McQuail, 2002, s. 36).

Ještě na počátku 19. stol. byly noviny v Evropě a Americe především stranické (McNair, 2004, s. 68). Tento přístup byl nesrovnatelný s dnešní situací, kdy většina novin otevřeně nepodporuje jednu stranu. K objektivitě médií v liberálně-demokratických zemích přispěly hlavně ekonomické faktory (Hamilton, 2004, s. 37). Vznikly tiskové agentury, které potřebovaly prodat zprávy co nejvíce médiím, proto do nich přestaly vkládat názory. Zprávy musely být pravdivé (Huk,

2008, s. 42). Těto proměně se říká komodifikace žurnalistiky.

Tyto zprávy potom mohla kupovat jakkoli zaměřená média a názor do nich případně doplnit. Komodifikace se také týkala jednotlivých periodik. Ve třicátých letech devatenáctého století se stalo vydávání novin kapitalistickým podnikáním, noviny ztratily vazbu na strany (McNair, 2004, s. 70). Lidé začali požadovat zprávy bez vloženého názoru, proto se v této době začaly oddělovat názorové a objektivní články.

Podle Huka (2008, s. 41) má požadavek objektivnosti historicky tři opory. Těmi jsou filozofie, ekonomie a technologie. Filozoficky má podle něho objektivita kořeny v 19. stol. v pozitivismu. Pozitivisté předpokládali, že existuje jakási absolutní, čistá pravda. Mysleli, že k ní vede jednoduchá cesta. Tou mělo být pozorování, experiment, zobecnění na základě logické úvahy. Experimentátor je podle nich zcela oddělen od subjektu a při správném postupu objeví pravdu.

Technologické předpoklady také posílily nároky publika na objektivitu. Hlavním zdrojem byl objev fotografie. Ta vzbuzovala u publika dojem, že je objektivní realitou. Poté byly fotografie vyžadovány jako důkaz objektivní reality. Ovšem i fotograf vybírá, co fotí a odkud to fotí (Huk, 2008, s. 42). Také médium vybírá, jaké fotografie zveřejní. Přesto fotografie, stejně jako později televizní zpravodajství a filmový záznam, posílili nároky na objektivitu.

1.2.2. normativní požadavky na zpravodajství

V liberální demokracii by tisk měl být hlídacím psem demokracie. Lidé zde prostřednictvím voleb rozhodují o mnoha různých otázkách a informace k tomu získávají především z médií. Proto je nutný přísun spolehlivých informací. Z tohoto očekávání od společnosti vyplývají normativní požadavky na zpravodajství (Trampota 2006, s. 143). Na média je vyvíjen tlak jak od společnosti, tak od profesních organizací, aby nebyla předpojatá a snažila se být objektivní. Tento tlak se týká jak informování o politice, tak i o jiných tématech.

Objektivita je základním kamenem práce žurnalistů, média objektivitu deklarují, aby byla pro publikum více věrohodná. Je nejčastěji vyslovovaným požadavkem na zpravodajství v liberálně-demokratických zemích, jedním ze základních kritérií kvality zpravodajství (Trampota 2006, s. 143). Podle McNaira (2004, s. 68) dnes počítáme s tím, že snaha o ni je samozřejmou součástí práce novináře. Pro většinu teoretiků mediálních studií je ale nedosažitelným ideálem (Trampota 2006, s. 144).

Deklarace objektivnosti ze strany médií ale není pro společnost dostatečná. Vzniká zde snaha média regulovat a kontrolovat. Z tohoto důvodu v demokratických společnostech existují zákony o

tom, kdo může média vlastnit a za jakých podmínek. Tato pravidla jsou určena k omezení monopolu, který bývá brán jako ohrožení demokracie.

Také média mají snahu se v tomto smyslu sama regulovat etickými kodexy, organizacemi a soubory norem a zásad, určujícími zásady práce novinářů. Podle Kapouna (2003, s. 27) lze ve stručnosti shrnout, že všechny vyžadují od žurnalisty úctu k pravdě a zákonům, pečlivé a spolehlivé informování veřejnosti, při kterém se prověřují zdroje zpráv a chybné informace se opravují. Etika novinářské práce se podle něj dotýká také morálních aspektů fungování masmédií, například nezávislosti novináře na majitelích a vydavatelích, nezávislost na vládnoucích politických stranách, nadřazení obecného zájmu nad osobním atp.

V sociologii žurnalistiky jsou dvě hlavní paradigmaty, která se věnují médiím v liberálně-demokratické společnosti, a to paradigma konkurence a paradigma dominance (McNair, 2004, s. 25). Základem paradigmatu konkurence je předpoklad svobodného fungování médií ve společnosti (Huk, 2008, s. 13). Není zde přítomna cenzura a média jsou soukromá. Toto paradigma říká, že v liberálně-demokratických zemích existuje volná konkurence mezi médii. Média nejsou závislá na státu a mají vlastníky z rozmanitých skupin. Zastupují tedy různé zájmové a sociální skupiny ve společnosti. Konkurence mezi médii přispívá k debatě a řešení problémů mezi částmi společnosti, každý názor je zde zastoupen. Týká se to názorů nejen politických, ale i všech ostatních.

Média jsou zde brána jako nezávislý zdroj politické a kulturní moci. Jsou v liberálně-demokratických zemích pokládána za základ politické plurality, tedy k udržení tohoto systému. Lidé se mohou seznámit s názory různých politických stran, mohou se tedy díky nim účastnit demokratických voleb. Podle některých teoretiků zastupují média veřejnost a veřejný zájem (McNair, 2004, s. 26). Jsou tedy takzvaným čtvrtým stavem nebo hlídacím psem demokracie. Mají mimo jiné za úkol upozorňovat na problémy a odhalovat politické skandály. Média by se ve svém zájmu měla také snažit zabránit větší koncentraci moci (Huk, 2008, s. 52). To také podle tohoto paradigmatu dělají.

Paradigma konkurence je kritizováno stoupenci paradigmatu dominance. Ideál volné soutěže podle nich nefunguje v demokratických zemích dokonale. Volná soutěž médií je omezena tím, že některá média, tedy názory, mají více peněz. Potom mohou zasahovat více do názorů lidí, než média s menším kapitálem. Proto podle tohoto paradigmatu žurnalistika neumožňuje vyrovnanou soutěž idejí a hodnotových systémů. Média podle tohoto paradigmatu odrážejí sociální stratifikaci společnosti. Vlastníci médií, kteří mají více peněz, mají nejčastěji vyšší vzdělání a jsou součástí vyšší třídy. Tomu odpovídá i jejich politická orientace. Média tedy slouží mocným tohoto světa

(Huk, 2008, s. 14). Proto se média snaží udržet stávající systém, nestojí o změnu mocenských struktur. Většinou tedy nejsou protisystémová, mají za úkol udržet nerovnost.

Dnes se ale soudí, že žádný z uvedených dvou modelů není dostatečný k vysvětlení působení médií v liberálně-demokratické společnosti. Podle většiny autorů je dnes paradigma dominance minulostí, protože je příliš velká pluralita médií a také nastupuje internet, kde je možná mnohem menší kontrola obsahu. Jak ze strany státu, tak ze strany velkých společností, bohatých lidí atd. Také se rozšířila gramotnost a vzdělanost, proto je možné ověřit si informace, publikované v médiích.

1.2.3. jak dosáhnout vyváženosti a objektivity

Většina autorů se shoduje, že nejdůležitější při dosahování objektivity je oddělování faktů od názorů v médiích. Dnešní velká periodika v liberálně-demokratických zemích berou za samozřejmé oddělení zpravodajství od stránek s komentáři a jinými názorovými texty. Tato složka objektivity je tedy většinou splněna, i když do zpravodajství se výjimečně může dostat názor novináře. Podle McNaira (2004, s. 71) se od novinářů neočekává, že nemají názor, musí ale oddělovat názorovou rubriku a fakta.

Další požadavek na objektivitu, kterým je podobnost zpravodajství s realitou, se naplňuje a kontroluje hůře. Články by měly zahrnovat všechny relevantní informace a nevynechat nic podstatného. Předkládané informace by také měly být závažné. Tyto požadavky se ale těžko měří, proto většinou zůstávají pod kontrolou novináře nebo média.

Vyváženosti se podle většiny autorů dosahuje poskytnutím stejného prostoru jednotlivým stranám, kterých se problematika týká. Podle Musila se vztahuje na větší celky, než je jedna zpráva (2010, s. 119). Prostor k vyjádření se dá oběma stranám a předpokládá se, že pravda je někde mezi nimi (McNair, 2004, s. 72). V praxi strany například v televizi dostanou stejný časový interval na vyjádření, v novinách stejný prostor na stránce.

Podle Westerstahla má objektivita dvě složky a to faktičnost a nestrannost. Faktičnost se podle něj poměřuje kritérii pravdivosti a relevance. Pravdivost je věcná správnost výpovědí. Relevancí myslí Westerstahl, zda je ve výstupu vše relevantní tedy zda nic nechybí, jestli jsou zprávy užitečné. Nestrannost se skládá také ze dvou složek. Těmi jsou vyváženost a neutrální prezentace. Vyváženost podle Westerstahla znamená rovný přístup do zpráv. Neutrální prezentace potom nehodnotící zpracování zprávy. (Westerstahl, 1983, s. 405)

Nestrannost je složkou objektivity. Při sbírání faktů se projevuje jako opak předpojatosti,

překonávání vlastních nechtů a předsudků (Musil, 2010, s. 118). Součástí nestrannosti je také postoj novináře. Měl by mít profesionální odstup od tématu. V řeči ani článku by nemělo být znát, jaký je názor novináře. Dále se také projeví ve výstupu jako nehodnocení jednotlivých stran. Porušení nestrannosti může být způsobeno neznalostí novináře (Musil, 2010, s. 119). Také ale může být záměrné.

Také by články měly být psány neutrálním jazykem. Na tento požadavek se zaměřuje například studie Allana Levita *Basic Bias*, kde jsou zkoumána mimo jiné slova extremisty (extremist) a aktivisty (activist) v souvislosti s kandidáty politických stran (Levit, 1996).

Podle McNaira například ve Velké Británii funguje princip náležité nestrannosti. Podle tohoto konceptu je stupeň nestrannosti přiměřený danému problému. Média tedy vystupují proti zločinům, atd. Ve Spojených státech amerických je podle něj naopak na nestrannost kladen velký důraz. Odborníci zde mohou vyjadřovat názory ale moderátor je nestranný. Ovšem s více stanicemi zde zase získává na popularitě dobře podložený názor významných moderátorů. (McNair 2004, s. 73)

Redakce se snaží dosáhnout vyváženosti a objektivitu různými způsoby. Díky jejich pravidlům dnes každý novinář musí uvádět zdroj svých informací. Není možné (kromě zdůvodněných případů) uvádět anonymní zdroje nebo neuvádět žádné zdroje. Pro zvýšení objektivitu se také používají doslovné citace. Novinář by potom neměl mít možnost zkreslit význam řečeného. Stále ale může vybrat jen nějakou část sdělení, tedy ovlivnit jeho význam.

Při uvádění zdrojů je také naplněn další požadavek na objektivitu podle Kapouna (2003, s. 27), tedy ověřitelnost informace. Zdroj, ze kterého novinář čerpal, je poté možné znovu oslovit, popřípadě dokument znovu vyhledat. Také podle Jiráka (2003, s. 127) je jedním z požadavků na objektivitu intersubjektivita. Tedy aby každý, kdo sleduje stejnou cestu a má stejné informace, dospěl ke stejnému závěru.

Pro dosažení objektivitu by novináři měli uvádět vždy více nezávislých zdrojů, informovat vyváženě. Tedy například k politickému skandálu se ve zprávě v médiích nemůže vyjadřovat jen mluvčí dotčené strany. Musí zde být uveden také názor někoho z opoziční strany, občana atd. McQuail (2002, s. 173) v této souvislosti připomíná, že různé úhly pohledu by měly být novináři brány jako stejně platné a relevantní, žádné zdroje by neměly být diskriminovány. Dále také alternativní názory by měly být prezentovány bez senzacechtivosti a předpojatosti.

To, jak sdělení vypadá, ale může být ovlivněno osobností novináře. Ve výstupu se mohou projevit jeho zkušenosti, názory, postoje nebo předsudky. Proto se dnešní média snaží osobnost

novináře ve zpravodajství eliminovat. Podle některých teoretiků mediálních studií je objektivita v tomto smyslu nedosažitelná. Osobnost novináře se vždy projeví. Jinou oblastí je publicistika, kde se názor novináře naopak vyžaduje.

Co se týče výrazových prostředků, podle dnešních novinářských zvyklostí měly být neutrální a moderátor by neměl vystupovat na ničí straně. Neměl by mít skryté motivy, ani sloužit třetí straně, měl by mít od událostí odstup. Podle Kapouna (2003, s. 27) by dále mělo být vyjadřování věcné, úplné, nepředpojaté a prosté pocitů. Také podle Entmana (1989, s. 77) zpravodaj nevkládá do zpráv vlastní ideologické či reálné hodnocení idejí, jejich představitelů či skupin.

1.2.4. kritika vyváženosti a objektivity

Sama myšlenka objektivity bývá kritizována a opory objektivity jsou zpochybňovány. Podle některých kritiků objektivity zprávy nejsou objektivní nikdy, všechny pravdy jsou relativní, nemusí existovat objektivní pravda. Mediální text nemůže být přesným odrazem skutečného světa (Burton 2001, s. 299). Podle Trampoty (2006, s. 148) jsou informace vždy vloženy do širšího rámce a ten také nemusí být objektivní.

Objektivita bývá kritizována i z jiných hledisek. Tento koncept sice může zabránovat jednostranným soudům, ale i zajímavějším příběhům nebo nekonvenčním myšlenkám (Trampota, 2006, s. 149). Podle Jiráka (2003, s. 131) koncept objektivity podporuje ustavené pořádky, egocentrismus, maskulinní vnímání světa. Média prezentují stereotypní vnímání skutečnosti a zvyšuje se konformita (McQuail 2002, s. 249, 259).

Vyváženost je kritiky objektivity také kritizována, protože nezajišťuje stejně věrohodné podání informací oběma stranami. Měření času nebo prostoru pro jednotlivé strany může podle Jiráka (2003, s. 129) sloužit jako pojistka proti osočení ze znevýhodňování jedné ze stran, nemůže ale postihnout problém vyváženosti celého mediálního sdělení. Záleží také na výběru mluvčích jednotlivých stran, otázek pro ně a na výběru slov vyjádření. Novinář může stále těmito prostředky jednu ze stran znevýhodňovat.

Když novinář dodrží všechny výše popsané postupy, může se jimi bránit proti kritice z neobjektivity a předpojatosti. Tyto postupy ale také mohou sloužit jako nástroj kontroly novinářů (Trampota 2006, s. 149). Mezi teoretiky médií není objektivita považována za dosažitelnou nebo nezbytnou. Například podle McQuaila (2002, s. 173-174) je mnohem důležitější svoboda a rozmanitost médií, než objektivita. Také podle něj svoboda zahrnuje také právo stranit a být předpojatý.

Záleží na tom, jak se pozorovatel na událost dívá, žádný úhel pohledu nemusí být objektivní. Sama objektivita je podle Trampoty (2006, s. 148) ideologií a na produkování zpráv působí různé tlaky. Objektivita podle něj může mít skryté významy. Také podle McQuaila (2002, s. 174) nelze rozlišit, co jsou adekvátní nebo relevantní informace, proto nelze zjistit, co je objektivní. Adekvátnost a relevanci určují novináři a média, není jasně předem dána.

Potíže spojené s definováním a naplňováním požadavku objektivnosti vedou stále častěji k jeho nahrazení požadavkem jasného a přesného vyjádření různých existujících názorů, hodnotících postojů a představ; tato koncepce plurality – ať již aplikovaná na činnost jednoho určitého (zejména „silného“) média nebo chápaná jako pluralita názorově rozmanitých koexistujících médií na tomtéž trhu – je zřejmě široce přijímána a odpovídá současnému diversifikovanému a komunikačně propojenému světu. (Musil 2010, s. 117)

Z důvodu objektivity se dnes v médiích často využívá názor autorit nebo expertů. Novinář takto přenáší odpovědnost za výroky v novinách na tyto externí zdroje. Také čtenáři je vyžadují, aby byla zpráva více věrohodná (Huk, 2008, s. 10). Podle kritiků objektivity tyto zdroje ale mají blíže k některé ze stran, nejsou tedy objektivní. Mohou také svého vlivu zneužít (Huk, 2008, s. 11; McQuail, 2002, s. 21).

1.3. zdroje předpojatosti

Předpojatost je předpokládaná či doložená deformace v mediální reprezentaci (Burton, 2001, s. 299). Médium inklinuje k projevování předem hotového postoje, může to být také trvalý sklon rozhodovat určitým způsobem (Jiráček, 2003, s. 131). Tato deformace může být způsobena záměrně nebo nezáměrně a může se týkat politických stran, ale i například rasy, věku, genderu atd.

Ve většině výzkumů objektivitu a vyváženosti v politickém zpravodajství se objevuje nějaká forma předpojatosti. Například ve studii *Partisan and Structural Balance in Newspaper Coverage of U.S. Senate Races in 2004 with Female Nominees* byla zjištěna prostorová vyváženost pokrytí jednotlivých stran, ovšem 47% článků preferovalo Republikány a jen 32% preferovalo Demokraty (Fico, Freedman & Love, 2006, s. 52). Také ve studii *The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters* byl prostor pro jednotlivé strany vyvážený, oba zkoumané deníky ovšem pojednávali častěji pozitivně (a méně často negativně) o kandidátovi Demokratů (Druckman, 2005, s. 1039). Předpojatost mediálního výstupu může způsobit více faktorů. Mezi ně patří kultura, vlastnictví média, ekonomické prostředí, dostupnost zdrojů. Ale také osobnost redaktorů, editorů atd.

Podle McQuaila (2002, s. 150) se dělí předpojatost na záměrnou a nezáměrnou. Také na otevřenou a latentní. Záměrná otevřená je podle něho angažovaná podpora. Médium otevřeně podporuje jeden, například politický, postoj. Část s názorem se odděluje od objektivnější části se zpravodajstvím. Může být ale například celý jeden časopis stranický. Dále uvádí latentní záměrnou předpojatost, propagandu. Ta může předpojatý mediální výstup označovat za objektivní. Nezáměrná latentní předpojatost se podle něho může projevovat selekcí témat. V rámci jedné ideologie jsou témata vybírána a pojednávána určitým způsobem.

Podle Burtona (2001, s. 299) může být předpojatost způsobena vědomým deformováním sdělení, neuvědomovaným pomíjením nějakého aspektu, hodnotovou orientací podavatele nebo převzetím obsahu z jiných médií. Může se potom projevit lhaním či deformováním obrazu zdůrazňováním jedněch faktů a pomíjením jiných.

1.3.1. organizační vlivy

To, jaká zpráva se dostane k divákům, je ovlivněno mnoha okolnostmi. Výběr ovlivňují odpovědní lidé v médiu, tzv. gatekeepři. Dále také zavedené způsoby vybírání událostí, technické okolnosti, ostatní události, které se v tu dobu konají. Také to, jestli médium získá k události fotografii nebo video. Výběr zpráv je také ovlivněn ostatními médii a blízkostí události k publiku.

Zkreslení se může projevit už při výběru zpráv. Také ve výběru témat, kterým se bude médium věnovat. Už řazení zpráv vypovídá o jejich hodnocení, stejně jako délka jednotlivých příspěvků a jejich zařazení před jiné (Burton, 2001, s. 300). Stejně informace mohou různá média zpracovat různě, stejně jako mohou jinak interpretovat fotografie.

Dalším možným důvodem předpojatosti jsou zdroje informací. Podle Burtona (2001, s. 300) jsou zdroje nevyhnutelně předpojaté, také média mohou cíleně vybírat experty, kteří mají nějaký postoj. Podle Jiráka (2003, s. 131) při výběru zdrojů nastává jiný problém a to ten, že média upřednostňují společenské špičky a oficiální prohlášení před vyjádřením obyčejných lidí. Tato vyjádření potom odrážejí svět těchto špiček a ne obyčejných lidí.

Obsah médií částečně určuje také jeho vlastník nebo šéfredaktor. Médium je většinou nějak zaměřeno, má nějakou oblast zájmu. Podle Trampoty (2006, s. 147) novinář může zařadit jen některá fakta, a tím způsobit manipulativnost zprávy. Každá komunikace vždy vychází z kultury a hodnot komunikátorů (Burton, 2001, s. 299).

1.3.2. politické působení

Vliv politiky na média je různý podle politického zřízení a politické kultury. Média může ovlivňovat také propojení ekonomické a politické moci a postavení novináře ve společnosti. Dále záleží také na kontrolních mechanismech novinářů a samotných novinářích (Huk, 2008, s. 55). Sami novináři se musí bránit proti zásahům státu (McNair 2004, s. 85). Také podle Huka (2008, s. 52) by měla média ve vlastním zájmu upozorňovat na to, když se někdo snaží získat větší moc.

Média v liberálně-demokratických zemích mohou pracovat ve prospěch, i v neprospěch systému. Předpokládá se, že bez regulace budou stranit některé ze stran. Podle McQuaila (2002, s. 92) jsou média součástí boje o moc ve společnosti, jsou nevyhnutelně spjata s politickou a ekonomickou elitou. Legislativa bývá proto namířena proti vlivu vlády na média a proti monopolům.

Vlády mohou ovlivňovat média mnoha různými způsoby. Mezi ně patří zákony, normy, omezení a ekonomické prostředky, ale také další nástroje. Mohou například vydávat prohlášení jen s obsahem, jaký chtějí, aby média prezentovala. Mohou také kritizovat, že nejsou dostatečně v médiích, a tím na ně tlačit (Huk, 2008, s. 55). Informace mohou poskytnout jen médiím, která o věci budou informovat tak, jak oni chtějí. Podle Huka (2008, s. 73) politici a žurnalisté stojí často proti sobě, na druhou stranu se navzájem potřebují, obě skupiny mohou působit na lidi a ovlivňovat jejich názory.

Otevřené násilí proti novinářům ze strany státu je v demokratických zemích ojedinělé. Na světě je ale stále mnoho pro novináře nebezpečných oblastí. Novináři jsou ohroženi tam, kde je násilí propojeno s vládou, nebo kde mafie funguje vedle vlády (Huk, 2008, s. 55). V totalitních režimech může ovlivňování médií probíhat formou propagandy nebo cenzury, o kterých pojednávám níže. Mohou zde být přítomny i politické prostředky jako je legislativa upravující například reklamu, daně atd. Ty jsou v demokratických zemích zastoupeny méně. Vláda ale podle Huka (2008, s. 17) předkládá k publikaci některé materiály a tím může ovlivnit média.

V médiích také může být přítomna ideologie. Součástí ideologie je představa ideální společnosti (Trampota, 2006, s. 165). Někteří teoretikové se domnívají, že je v médiích přítomna vždy, někteří že je přítomna jen v některých nedemokratických zemích. Podle paradigmatu konkurence může být v médiích v liberálně-demokratických zemích přítomno mnoho ideologií. Tyto ideologie spolu mohou volně soutěžit o přízeň publika. V médiích je tedy zastoupeno mnoho různých zájmových skupin. Nejsou zde žádná omezení, všechny ideologie mají stejnou šanci uspět. Podle Trampoty (2006, s. 165) je tato volnost také někdy omezena, zvláště u událostí, ohrožujících řád.

V systému liberální demokracie by měl být nízký stupeň politické kontroly nad médii. Ideálem jsou také nezávislí novináři. Mají být hlídacím psem demokracie a pojistkou proti autoritářským režimům (McNair, 2004, s. 86). Svoboda médií je proto zakotvena v ústavě. Novináři jsou také osvobozeni od kontroly a regulací (McQuail 2002, s. 94). Za různé názory nejsou novináři perzekuováni. V tomto systému by tedy předpojatost v médiích neměla být způsobena přímým politickým působením politiků na média.

Podle jiných teoretiků je i liberálně-demokratická společnost založena na jedné ideologii, která je přítomna i v médiích. Například podle Trampoty (2004, s. 166) zprávy musí obsahovat hodnoty své kultury, aby byly ve společnosti přijatelné. Lidé stojí o zajímavost bez znepokojení, výstup musí mít osvědčený tvar, jinak neuspěje (McQuail, 2002, s. 249, 258).

Podle McNaira (2004, s. 28) je v médiích stále přítomna hluboce prosystémová předpojatost, ideologie je pojivo, díky kterému se společnost nerozpadne. Média zde píší to, co je pravdivé pro buržoasii. Mají zajistit společenské přijetí dominantního buržoazního světového názoru, dominantní ideologie. Podle něj média patří mezi nejdůležitější prostředky přenosu dominantní ideologie a slouží dominantním, soukromým a sobeckým zájmům jako je třída, pohlaví a národnost. (McNair, 2004, s. 30, 74) Udržení dominantní ideologie je dosahováno několika způsoby. Jeden z nich je ekonomický. Média se koncentrují do rukou méně a méně vlastníků. Alternativní pohledy proto

nejsou zastoupeny ve velkých médiích, slabší jsou pohlceni silnějšími.

Podle Gramsciho média udržují status quo, hegemonii. Hegemonie je udržována také jinými symbolickými systémy, jako je vzdělávání, církev, rodina atd. Alternativní názory nejsou do médií vpouštěny nebo jsou zasazeny do dominantní ideologie. V médiích jsou přítomny jen ty názory, kterých původci mají dostatečnou ekonomickou nebo politickou moc. Hegemonické hodnoty jsou představovány jako přirozené (Trampota, 2006, s. 169). Ostatní skupiny se ale přesto snaží soutěžit s dominantními myšlenkami. (Gramsci, 1983, s. 506-508)

V totalitních systémech mohou ovládat média i svou ideologií ale také přímými zásahy. Používají propagandu, finance nebo cenzuru. Většinou nedovolují kritiku systému, média mohou zveřejňovat jen jednu pravdu. Podle McNaira (2004, s. 87) se domnívají, že pluralita a intelektuální svoboda jsou podřízeny zájmům kolektivu. Média musí vychovávat lidi ve jménu ideologie. V těchto systémech tedy politici mohou působit na obsah médií.

Propaganda je snaha přesvědčit veřejnost nebo její část, aby přijala určitý pohled na nějaké téma. Také to může být snaha o to, aby veřejnost získala určité představy či názory nebo změnila chování. Je zde přítomno jednosměrné použití komunikačních prostředků, které musí sloužit zájmům původce (Rosůlek 2009, s. 50). Také je to současně snaha vyloučit alternativní pohledy, představy či ideologie. Propaganda jako slovo vzniklo v roce 1622 pro jednostranné šíření idejí podle kolegia kardinálů, zodpovědného za šíření katolicismu. Pro šíření politických myšlenek se začalo používat nejspíše v polovině 19. stol., negativně vnímáno začalo být až během první světové války.

Propaganda bývá spojována s manipulací médií. Média v zájmu třetí strany používají podbíživý jazyk, neuvádějí zdroje, zkreslují nebo falšují informace. Ovlivňování společnosti médií závisí na ovládnutí všech zdrojů informací. Může se tedy prosadit jen tam, kde má vládnoucí garnitura možnost potlačit svobodu slova, popřípadě obsah tohoto pojmu definovat po svém. Bývá spojována s autoritářskými režimy, a nikoliv s demokratickým uspořádáním společnosti. V autoritářských režimech nemá negativní nádech. (Burton 2001, s. 137)

Podle Burtona (2001, s. 137) může mít propaganda také jiný význam. Může to být mohutná, ofenzivní komunikace se skrytě či zjevně persvazivním zaměřením. Někteří autoři ale toto nepovažují za propagandu. Není zde omezení či vyloučení alternativních zdrojů informací, což je podle nich jednou z podmínek propagandy.

Další možností ovládnutí médií ze strany některých nedemokratických států je cenzura.

Cenzura je instituce, která zasahuje zvenku do činnosti médií a do podoby jejich výstupu. Je to přímý zásah, úplné nebo částečné odstranění, popřípadě přepracování materiálu, který se cenzorovi nezamlouval. Cenzor jedná v souladu s instrukcemi toho, kdo ho zřídil, a je nadán mocí svoje rozhodnutí prosadit a uskutečnit. (Burton 2001, s. 132-133)

Cenzura vychází z přesvědčení o moci médií. Média dokážou ovlivnit myšlení lidí, proto má smysl do nich zasahovat. Cenzura byla používána už krátce po vynálezu knihtisku. Nejdříve jí používala církev, poté totalitní režimy (Jiráček, 2003, s. 155). Byla brána jako přirozená součást tisku. Cenzura může být předběžná a následná. Předběžná znamená, že cenzor zasahuje ještě před vydáním mediálního sdělení. Při následné zasahuje až po jeho vydání. Dále může být cenzura také autocenzurou. Médium nebo novinář se sami rozhodnou nezařadit některé informace kvůli strachu z potrestání.

V současné době v demokratických zemích přímá cenzura neexistuje. Existují ale pravidla, která dovolují ve výjimečných případech cenzuru použít. Využívala se například ve Velké Británii při konfliktu se Sinn Féin (Burton 2001, s. 133).

1.3.3. ekonomické vlivy

Dále mohou předpojatost v médiích způsobit také ekonomické vlivy. Financování dnešních médií je založeno na inzerci. Žurnalistické texty jsou zbožím, nabízeným na trhu. Média potřebují prodat co nejvíce výtisků a mít co největší čtenost, aby měla větší zisky z reklamy od inzerentů. Aby neztratila velkého inzerenta, mohou být také z jeho strany ovlivněna například tím, že mu vyhoví zamlčením negativních informací o něm. Také se mohou propojit ekonomické a politické vlivy – bohatý podnikatel si vstoupí do politiky. Podle Trampoty (2006, s. 155) se tomuto propojování říká berluskonizace.

Předpojatost může být způsobena také snahou médií ušetřit náklady. Kvůli úspoře času publikují upravené tiskové zprávy nebo informace z tiskových konferencí. Tiskové konference zabírají v médiích čím dál tím více místa. Místo událostí se média věnují těmto tzv. pseudoudálostem. Média čím dál, tím méně, vyhledávají informace sama a více se spoléhají na takto získané informace. Tyto informace potom prezentují jen to, co chtějí subjekty, které je vydávají.

Ekonomickým vlivům na média se věnuje například studie Examining Institutional and Political Influences on Slanted Campaign News Coverage (Dunaway, 2007). Studie zjistila, že v USA v novinách korporátních organizací na trhu, kde je nízká politická soutěž nebo na trhu

s homogenními politickými preferencemi, se projevuje předpojatost častěji, než v soukromých médiích. Naopak na trhu s vyhrocenou politickou soutěží jsou častěji předpojaté soukromé noviny. Studie objevila větší stranění kandidátům Demokratům, ovšem tento vztah funguje také u Republikánů.

Na média mohou působit jejich vlastníci. Například podle McNaira (2006, s. 105) ovlivňují vlastníci obsah médií. Liberální teorie podle McQuaila (2002, s. 190) naopak říká, že vlastnictví může být účinně odděleno od redakčního rozhodování. V demokratických zemích existují pro tento účel novinářské konvence, etické kodexy novinářů a smlouvy mezi majitelem a médii. Také veřejnost nevnímá ovlivňování médií vlastníky pozitivně. Problém může nastat zvláště, pokud se vlastník média stane předmětem zpráv.

Protože hrozí ohrožení investice, vlastníci většinou neovlivňují přímo obsah médií. Mohou ale ovlivňovat obsah médií přijímáním a propouštěním novinářů a vedoucích pracovníků podle jejich, například politického, názoru. Také rozdělují peníze jednotlivým týmům a jednotlivým problémům (Trampota, 2006, s. 153). Někteří redaktori mohou mít lepší postavení díky své oblíbenosti u publika. Také šéfredaktori mohou mít volnou ruku, pokud zlepšují pozici na trhu (McNair 2006, s. 106).

Většina dnešních médií v liberálně-demokratických společnostech ale má alespoň nějakou autonomii od svých vlastníků. Vlastníci ale vytyčují linie směřování média (McQuail 2002, s. 234). Veřejnoprávní média mají vlastní pravidla kontroly. Mají také rady, které by měly zajistit neovlivňování ze strany vlastníka, tedy státu. Podle McQuaila (2002, s. 190) většina vlastníků stojí o to, aby fungoval kapitalistický systém, ve kterém žijí. Také vlastník může preferovat jednu politickou stranu a tu v médiu protěžovat. V liberálně-demokratických zemích by mělo tento vliv vyvažovat rozmanité vlastnictví médií.

Většina demokratických zemí má zákony proti koncentraci vlastnictví médií, monopolu. Předpokladem je, že pokud jeden vlastník vlastní více médií, může lépe ovládat názory lidí. Podle kritiků sama soutěž mezi médii vede k monopolu (McQuail, 2002, s. 191). S internetem ale není možné dosáhnout naprostého ovládnutí trhu. Za nebezpečné pro demokracii se tedy považuje například vlastnictví třech nejčtenějších deníků. Monopoly mohou být vertikální nebo horizontální. Oba typy ohrožují volnou soutěž. Horizontální koncentrace znamená, že vlastník vlastní například většinu velkých deníků. Vertikální koncentrace je kumulování různých stupňů produkce, tedy například tisk, distribuce tisku a deník.

Dalším faktorem, který může ovlivnit obsah médií, je inzerce. Inzerce a obsah média jsou

dnes v demokratických zemích odděleny. Dříve se ale psaly články, které vypadaly jako zpráva, ale obsahovaly reklamu. O dnešním vlivu inzerentů na média se vedou debaty. Inzerenti chtějí mít reklamu v nejčtenějších médiích nebo médiích, zaměřených na jejich cílovou skupinu. Média jsou ale na inzerci závislá, hrozí tedy například zamlčení nepříjemných informací o velkém inzerentovi ze strany média. Podle McQuaila (2002, s. 236) tomuto vlivu nejvíce odolávají velká média a nejméně média lokální.

V zájmu čtenosti a snižování nákladů také může trpět kvalita podávaných informací. Média omezují nákladnější činnosti, jako je zahraniční zpravodajství a investigativní žurnalistika. Častěji také zařazují různá oficiální prohlášení institucí a agenturní zprávy. Tím může dojít k politickému ovlivnění médií. Média jsou méně kritická k politické moci, protože si nemohou dovolit vyšetřovat možné politické skandály. Také zařazováním tiskových zpráv vlády a stran může dojít k politickému zkreslení. Tyto zprávy informují o věcech, které stranám vyhovují.

2. Výzkumná část

Cílem výzkumu je na základě teoretické části práce zmapovat politickou vyváženost a objektivitu v předvolební kampani ve třech nejčtenějších seriózních denících. Zkoumá především, jaký prostor byl věnován jednotlivým politickým stranám/kandidátům, tedy jestli byl jejich přístup do těchto médií vyvážený. Dále také jestli média informovala o stranách/kandidátech pozitivně/neutrálně/negativně. Pro výzkum jsem v souladu se zahraničními studiemi zvolila metodu obsahové analýzy.

2.1. výzkumné otázky, hypotézy:

Na základě teoretické části práce jsem stanovila výzkumné otázky na zjištění vyváženosti a objektivitu ve vybraných denících. U každé otázky je uveden odkaz na část teoretické práce, ze které výzkumná otázka vychází.

VO1: V kolika článcích jsou zmíněny jednotlivé strany/kandidáti? (s. 12)

VO2: Je strana/kandidát prezentována negativně, neutrálně nebo pozitivně? (s. 18)

VO3: Kolikrát byla strana/kandidát zmíněna v článcích? (s. 17)

VO4: V kolika článcích byla strana/kandidát zmíněna na první straně novin? (s. 22)

VO5: Jaké je zastoupení stran v titulcích článků? (s. 12)

VO6: Jaké je zastoupení článků, které zmiňují jen jednu politickou stranu? (s. 12)

Na základě výsledků studií, které se tomuto tématu věnovaly, jsem stanovila hypotézy.

H1: Strany budou zmiňovány ve všech denících přibližně stejně často.

H2: Strany budou v nejvíce článcích prezentovány neutrálně.

H3: Na první straně bude zastoupení stran více vyvážené, než v celém deníku.

H4: Největší zastoupení ve zpravodajství budou mít dvě strany, které měly nejvyšší preference v předvolebních průzkumech.

H5: Ve článcích jen s jednou politickou stranou budou více zastoupeny dvě celkově nejvíce zmiňované strany.

2.2. metodologie výzkumu

Metodou výzkumu byla kvantitativní obsahová analýza. Tato metoda byla zvolena kvůli možnosti porovnávat různé deníky mezi sebou i v různých letech. Touto metodou také postupovala

většina studií, ze kterých tato práce vychází. Tato metoda spočívá v definici jednotek, které jsou následně počítány a zaznamenány. Tyto jednotky jsou poté kvantitativně zpracovány.

Kódovací jednotkou zde byl článek ve zpravodajské části deníku, ve kterém byla zmíněna alespoň jedna politická strana/kandidát politické strany. Článek byl definován jako jednotka s titulkem a nejméně šesti řádky textu. Z analýzy byly vyloučeny názorové sloupky, fotografie a popisky fotografií. Všechny články zabíraly maximálně jednu stranu v novinách (ve vybraných denících se delší články nevyskytovaly).

Do předem připravené tabulky v programu Microsoft Excel byl zaznamenán den vydání vybraného vydání deníku, název deníku, a jestli je článek na první straně deníku. Jako první strana byl brán také článek, který měl začátek na první straně a pokračoval na některé z následujících stran. Dále bylo zaznamenáno, jestli je v titulku přítomna politická strana/ kandidát a jaká (jaké). Dále bylo zaznamenáno pořadí dalších zmíněných stran/kandidátů, počet zmínění a pozitivita/neutralita/negativita. Poté byly vytvořeny tabulky k jednotlivým výzkumným otázkám a z těchto tabulek z důvodu přehlednosti vytvořeny grafy.

2.3. výběrový soubor

Pro analýzu byly zvoleny tři nejčtenější české deníky Lidové noviny (LN), Právo a Mladá fronta DNES (MF DNES). Kvůli možnosti srovnání deníků nejen mezi sebou, ale i v průběhu více let, byla pro obsahovou analýzu zvolena tři předvolební období a to v letech 2006, 2010 a 2013.

Volby do Parlamentu České republiky se konaly 2.-3.6.2006, 28.-29.5.2010 a 25.-26.10.2013. Ve výzkumném vzorku pro jednotlivá období před volbami se vždy jednalo o 10 náhodně vybraných dnů z daného předvolebního období. Deníky si mohou kvůli zákazu zveřejňování předvolebních průzkumů ve dnech před volbami dávat větší pozor také na politický obsah článků. Z toho důvodu začíná výběrový soubor nejdříve 7 dní před volbami. Náhodně byl vybrán první den. Od tohoto dne jsem dále vybrala každý pátý den. Takto vzniklo v každém předvolení období deset dnů, analyzovaných ve všech denících.

Konkrétně se jedná v roce 2006 o dny 26.5., 20.5., 15.5., 10.5., 5.5., 30.4., 25.4., 20.4., 15.4. a 10.4. Jedná se o dvě pondělí, úterý, středu, čtvrtek, dva pátky, tři víkendová vydání. V roce 2010 o dny 16.5., 11.5., 6.5., 1.5., 26.4., 21.4., 16.4., 11.4., 6.4. a 1.4. tj. pondělí, dvě úterý, středu, dva čtvrtky, pátek, tři víkendová vydání. V roce 2013 se jedná o dny 14.10., 9.10., 4.10., 29.9., 24.9., 19.9., 14.9., 9.9., 4.9. a 30.8. tj. dvě pondělí, úterý, dvě středy, čtvrtek, dva pátky, dvě víkendová vydání.

Z důvodu tématu práce byly analyzovány pouze zpravodajské rubriky vybraných deníků. V Lidových novinách se jednalo o Titulní stranu, Domov a Téma, v deníku Právo Titulní stranu, Zpravodajství, v Mladé frontě DNES o Titulní stranu, Z domova. Práce se věnuje stranám, které ve volbách získaly alespoň čtyři procenta hlasů. V roce 2006 se jedná o strany Občanská demokratická strana (ODS), Česká strana sociálně demokratická (ČSSD), Komunistická strana Čech a Moravy (KSČM), Křesťanská demokratická unie – Československá strana lidová (KDU-ČSL) a Strana zelených (SZ). V roce 2010 o strany ČSSD, ODS, TOP 09, KSČM, Věci veřejné (VV), KDU-ČSL a Stranu Práv Občanů ZEMANOVCI (SPOZ). V roce 2013 o strany ČSSD, ANO, KSČM, TOP 09, ODS, Úsvit Přímé Demokracie Tomio Okamury (ÚSVIT) a KDU-ČSL. Vyhledávány byly názvy stran a jména kandidátů stran.

2.4. analýza dat, výsledky

Ve vybraných dnech vydání deníků bylo nalezeno celkem 800 zpráv, věnujících se alespoň jedné politické straně. V roce 2006 to bylo v LN 93 zpráv, Právu 142 zpráv v MF DNES 90 zpráv. V roce 2010 v LN 59 zpráv, v Právu 118 zpráv a v MF DNES 70 zpráv. V roce 2013 v LN 68 zpráv, v Právu 84 zpráv a v MF DNES 76 zpráv.

2.4.1. VO1: V kolika člancích jsou zmíněny jednotlivé strany/kandidáti?

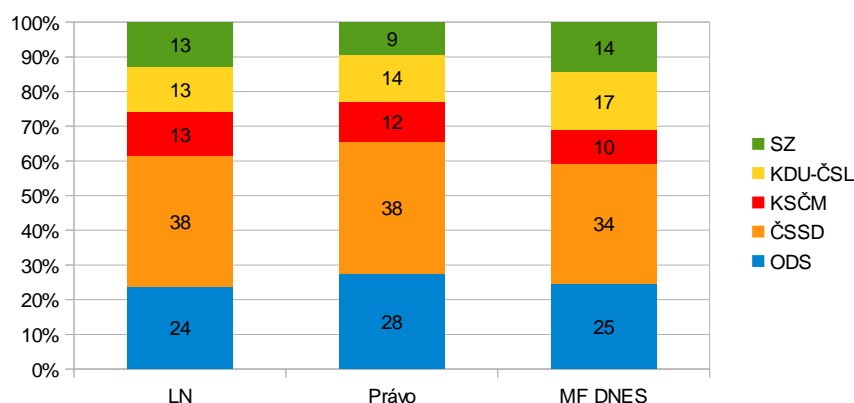
Pro zodpovězení této otázky bylo zaznamenáno, o jakých stranách a kandidátech se článek zmiňuje. Článek tedy zahrnoval alespoň jednu název dané strany v různých podobách nebo jméno některého z členů strany. Tato data byla porovnána v rámci jednotlivých let. Kvůli tomu, aby bylo možné lépe srovnávat jednotlivé deníky, jsou data uvedena v procentech. Strany jsou v grafech uvedeny v pořadí podle výsledků následných voleb (vítězná strana dole).

V roce 2006 bylo v analyzovaných vydáních Lidových novin nalezeno 93 článků, zmiňujících se o některé ze stran. V Právu to bylo 142 článků, v MF DNES 90 článků. Výsledky jsou uvedeny v grafu č. 1. Lidové noviny se nejčastěji věnovaly straně ČSSD, a to v 38%. Stejně tak Právo, které se ČSSD věnovalo také v 38% článků, kde byla uvedena alespoň jedna politická strana. Deník MF DNES se ČSSD věnoval v 34% analyzovaných článků. Deníky se tedy této straně věnovaly ve velmi podobném procentu článků.

Druhou nejčastěji uváděnou stranou ve všech denících byla ODS. V LN byla zmíněna v 24% analyzovaných článků, v Právu v 28% těchto článků a v MF DNES v 25%. Ve zmiňování ODS se tedy jednotlivé deníky také příliš nelišily. Strana KDU-ČSL byla uvedena ve 13% analyzovaných článků v LN, v 14% těchto článků v Právu a v 17% článků v MF DNES. Nejvíce se jí tedy věnoval deník MF DNES, rozdíl ale není příliš velký.

Nejméně zmiňovanými stranami byly SZ a KSČM. SZ byla v LN uváděna ve 13% článků, MF DNES ve 14% článků. V Právu byla zmiňována relativně méně a to v 9% článků. Strana KSČM byla zmiňována jednotlivými deníky přibližně ve stejném podílu článků. V LN to bylo 13%, v Právu 12% a v MF DNES v 10%.

Vyváženost by vyžadovala stejný podíl zmiňování všech stran. Není zde tedy dodržena. Větší podíl článků uvádělo strany, které jsou tradičně volené více lidmi. Následné volby vyhrála ODS s 35%, druhá byla ČSSD s 32%, třetí KSČM s 13%. Dále KDU-ČSL s 7% a SZ s 6%. Deníky věnovaly tedy méně prostoru vítězné ODS než druhé ČSSD. Také věnovaly relativně méně prostoru KSČM, v porovnání s jejími volebními výsledky, více naopak KDU-ČSL a SZ. Tento rozdíl může být ovlivněn ekonomickými faktory, o kterých pojednávám výše v kapitole 1.3.3.



Graf č. 1 Procento zmínění stran v člancích 2006

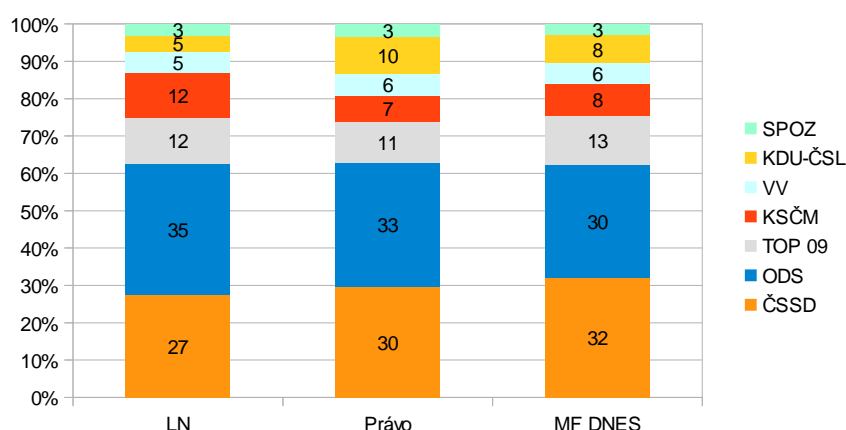
V roce 2010 bylo v analyzovaných vydáních Lidových novin nalezeno 59 článků, zmiňujících se o některé ze stran. V Právu to bylo 118 článků, v MF DNES 70 článků. Data jsou zobrazena v grafu č. 2. Lidové noviny se oproti roku 2006 nejčastěji věnovaly straně ODS, a to v 35%. Stejně tak Právo, které se této straně věnovalo v 33% článků, kde byla uvedena alespoň jedna politická strana. Deník MF DNES se této straně věnoval v 30% analyzovaných článků, více se ale věnoval straně ČSSD a to v 32% analyzovaných článků. Deníky se straně ODS věnovaly opět ve velmi podobném procentu článků.

ČSSD byla v LN zmíněna v 27% analyzovaných článků, v Právu v 30% těchto článků. V uvádění této strany se tedy jednotlivé deníky také příliš nelišily. Oproti roku 2006 se zde objevila nová strana a to TOP 09. Tato strana byla zmíněna v 12% analyzovaných článků v LN, v 11% těchto článků v Právu a v 13% v MF DNES. Tato strana byla deníky zmiňována přibližně stejně často.

Strana KSČM byla zmiňována o něco méně, než v roce 2006. V LN to bylo 12%, v Právu 7% a v MF DNES v 8%. LN pojednávaly o této straně častěji, než ostatní deníky. Ve všech denících byla dále přibližně ve stejném procentu článků zmiňována nová strana VV. V LN v 5%, v Právu v 6% a v MF DNES také v 6%. Strana KDU-ČSL byla v člancích přítomna méně, než v roce 2006 a to v 5% (oproti 13%) analyzovaných článků v LN, v 10% (oproti 14%) těchto článků v Právu a v 8% (oproti 14%) článků v MF DNES. Nejméně se jí tedy věnovaly LN. Nejméně zmiňovanou stranou potom byla další nová strana SPOZ. Ta byla ve všech denících přítomna ve 3% článků.

Ve výzkumu Kocourkové (2014, s. 48) byla v Lidových novinách nejčastěji zmiňována strana TOP 09 (20%). Tento rozdíl může být způsoben výběrem výzkumného vzorku v této studii. Autorka vyhledávala názvy stran v databázi článků. Název strany TOP 09 je nejčastěji zmiňován právě v této podobě a ne v mutacích názvu, jako ostatní strany. Výsledky naší studie se shodují s výsledky zahraničních studií, kde jsou v různých médiích strany zmiňovány přibližně stejně často. Celkově v této studii vyšly o trochu jiné výsledky. Rozdíl může být způsoben tím, že v naší studii byla zaznamenávána také jména kandidátů, oproti studii Kocourkové, kde byly zaznamenány pouze názvy politických stran.

Větší podíl článků i v tomto roce uvádí strany, které jsou tradičně volené více lidmi. Následné volby vyhrála ČSSD s 22%, druhá byla ODS s 20%, třetí TOP 09 s 17%. Dále KSČM s 11% a VV s 11%. Strany KDU-ČSL a SPOZ se 4% se nedostaly do Poslanecké sněmovny. Deníky věnovaly oběma největším stranám více prostoru, než kolik procent získaly ve volbách. Také věnovaly méně prostoru nové straně TOP 09. Více prostoru naopak tradiční straně KDU-ČSL.



Graf č. 2 Procento zmínění stran v člancích 2010

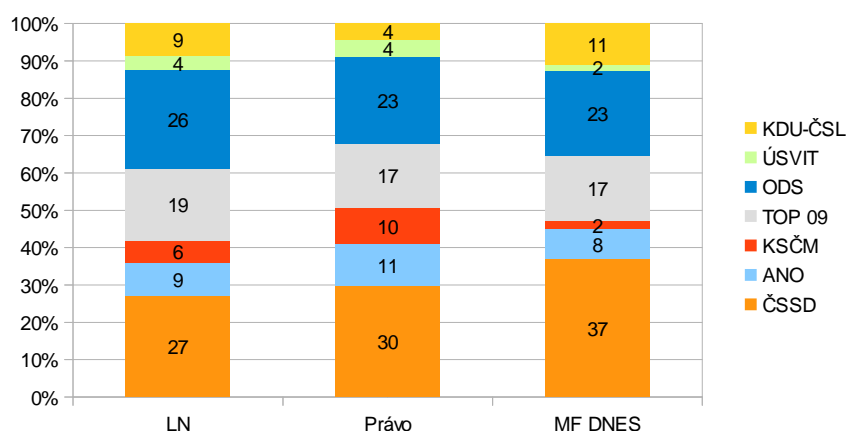
V roce 2013 bylo v analyzovaných vydáních Lidových novin nalezeno 68 článků, zmiňujících se o některé ze stran. V Právu to bylo 84 článků, v MF DNES 76 článků. Výsledky jsou

uvedeny v grafu č. 3. Lidové noviny se oproti roku 2010 a stejně jako v roce 2006 nejčastěji věnovaly straně ČSSD, a to v 27%. Stejně tak Právo, které se této straně věnovalo v 30% článků, kde byla uvedena alespoň jedna politická strana. Deník MF DNES straně ČSSD věnoval v 37% analyzovaných článků. Deník MF DNES se ČSSD věnoval častěji, než ostatní deníky.

ODS byla v LN zmíněna v 26% analyzovaných článků, v Právu v 23% těchto článků a v MF DNES v 23%. V uvádění této strany se tedy jednotlivé deníky příliš nelišily. Podíl strany v článcích se ale snížil oproti letem 2006 a 2010. Strana TOP 09 byla zmíněna více, než v roce 2010, a to v 19% analyzovaných článků v LN (oproti 12% v roce 2010), v 17% těchto článků v Právu (11% v roce 2010) a v 17% v MF DNES (13% v roce 2010). Tato strana byla všemi deníky zmiňována přibližně stejně často.

Nová strana ANO byla v denících přibližně stejně zastoupena a to v LN 9%, Právo 11%, MF DNES 8%. KSČM téměř nebyla zastoupena v MF DNES (2%), v Právu byla zmíněna v 10% analyzovaných článků, v LN v 6% článků. Nová strana ÚSVIT byla málo zmiňována všemi deníky a to 4% v LN a Právu a 2% v MF DNES. KDU-ČSL byla málo zastoupena v deníku Právo (4%), v LN byla zastoupena v 9% článků a v MF DNES v 11% článků.

Větší podíl článků i v tomto roce uvádí strany, které jsou tradičně volené více lidmi. Následné volby vyhrála ČSSD s 20%, druhá byla ANO s 19%, třetí KSČM s 15%. Dále TOP 09 s 12%, ODS s 8%, ÚSVIT s 7% a KDU-ČSL se 7%. Deníky věnovaly oběma největším stranám více prostoru, než kolik procent získaly ve volbách. To se týká i strany ODS, která v těchto volbách získala mnohem méně procent než tradičně. Nové straně ANO deníky, jako v roce 2010 TOP 09, věnovaly relativně méně prostoru.



Graf č. 3 Procento zmínění stran v článcích 2013

Ve všech letech jsou nejvíce zmiňovanými stranami ve všech denících strany ODS a ČSSD. Obě zaujímají přibližně třetinu všech článků ve všech letech. V roce 2013 je strana ODS uváděna méně často a objevuje se zde nová často uváděná strana a to TOP 09. Ve všech letech jsou podíly uvádění stran/kandidátů ve všech denících přibližně stejné. Některé rozdíly se projeví dále v práci v negativitě/pozitivitě informování o stranách.

Hypotéza H1: Strany budou zmiňovány ve všech denících přibližně stejně často, může být na základě těchto dat potvrzena. Deníky se příliš neliší v podílu zmiňování jednotlivých stran v člancích. Jen v několika případech se procento uvedení strany výrazně liší. Většinou se to ale týká malých stran.

Hypotéza H4: Největší zastoupení ve zpravodajství budou mít dvě strany, které měly nejvyšší preference v předvolebních průzkumech. V předvolebním průzkumu Medianu z 8.8.2006 by vyhrála ODS, druhá by byla ČSSD. Tyto strany byly také nejčastěji zastoupeny v analyzovaných zprávách. V předvolebním průzkumu Medianu z 1.4.2010 by vyhrála ČSSD, druhá by byla ODS. Tyto strany byly také nejčastěji zastoupeny v analyzovaných zprávách. V předvolebním průzkumu Medianu z 18.10.2013 by vyhrála ČSSD, druhá by byla KSČM. V tomto roce tedy nelze tuto hypotézu potvrdit. Celkově se tedy hypotéza nepotvrdila. (MEDIAN 2014)

2.4.2. VO2: Je strana/kandidát prezentována negativně, neutrálně nebo pozitivně?

Pro zodpovězení této otázky bylo zaznamenáno, jak deník o straně/kandidátech v článku informoval. Článek byl hodnocen vždy jako celek pro jednotlivé strany. Pro hodnocení positivity/neutrality/negativity byla použita otázka z výzkumu Dunwayové (2007): Kdybyste byl členem týmu kandidátovy kampaně, byl byste spokojen s jeho reprezentací v deníku – ano = pozitivní, nevím = neutrální, ne = negativní. Pro jednu stranu mohl být článek pozitivní, pro jinou negativní. Kvůli tomu, aby bylo možné lépe srovnávat jednotlivé deníky, jsou data uvedena v procentech (za jednotlivé deníky). Tato data byla porovnána v rámci jednotlivých let.

Výsledky z roku 2006 jsou uvedeny v Grafu č. 4 a Grafu č. 5. Nejvíce článků, 318, prezentovalo strany pozitivně, 162 neutrálně, 163 negativně. Deníky Právo a MF DNES celkově informovaly o politických stranách více pozitivně. LN měly přibližně stejný poměr pozitivních, neutrálních a negativních zpráv. Nejčastěji zmiňovaná byla strana ČSSD a to pozitivně v deníku Právo. Nejméně často naopak strana KDU-ČSL negativně v deníku MF DNES. Deníky LN a MF DNES prezentují častěji pozitivně než negativně strany ODS, KDU-ČSL a SZ. Deník Právo naopak prezentuje častěji pozitivně než negativně strany ČSSD a KSČM, také stranu KDU-ČSL.

Co se týče poměrů stran v rámci jednotlivých kategorií pozitivní/neutrální/negativní, nejvíce procent zaujímá strana ČSSD v negativní prezentaci v denících LN a MF DNES. Naopak deník Právo informuje v rámci negativních zpráv nejčastěji o ODS. V rámci pozitivních zpráv je nejčastěji zmiňovanou stranou v LN ODS, v Právu a MF DNES ČSSD.

Výsledky z roku 2010 jsou uvedeny v Grafu č. 6 a Grafu č. 7. Nejvíce článků, 237, prezentovalo strany pozitivně, 155 neutrálně, 122 negativně. Oproti roku 2006 bylo článků celkově méně. Deníky LN a Právo informovaly o politických stranách více pozitivně. MF DNES měla přibližně stejný poměr pozitivních, neutrálních a negativních zpráv (v roce 2006 LN). Deníky LN a Právo informovaly o straně ČSSD nejčastěji pozitivně, deník MF DNES nejčastěji negativně. O straně ODS informovaly všechny deníky nejčastěji pozitivně i negativně. Strana TOP 09 byla prezentována všemi deníky velmi málo negativně a často pozitivně. Strany VV a SPOZ byly také ve všech denících prezentovány málo negativně. Celých 58% negativních zpráv v deníku LN zaujímá strana ČSSD. V negativní i pozitivní prezentaci stran deníků LN a Právo se objevovala nejčastěji strana ČSSD. Deník MF DNES prezentoval nejčastěji pozitivně stranu ČSSD, nejčastěji negativně stranu ODS.

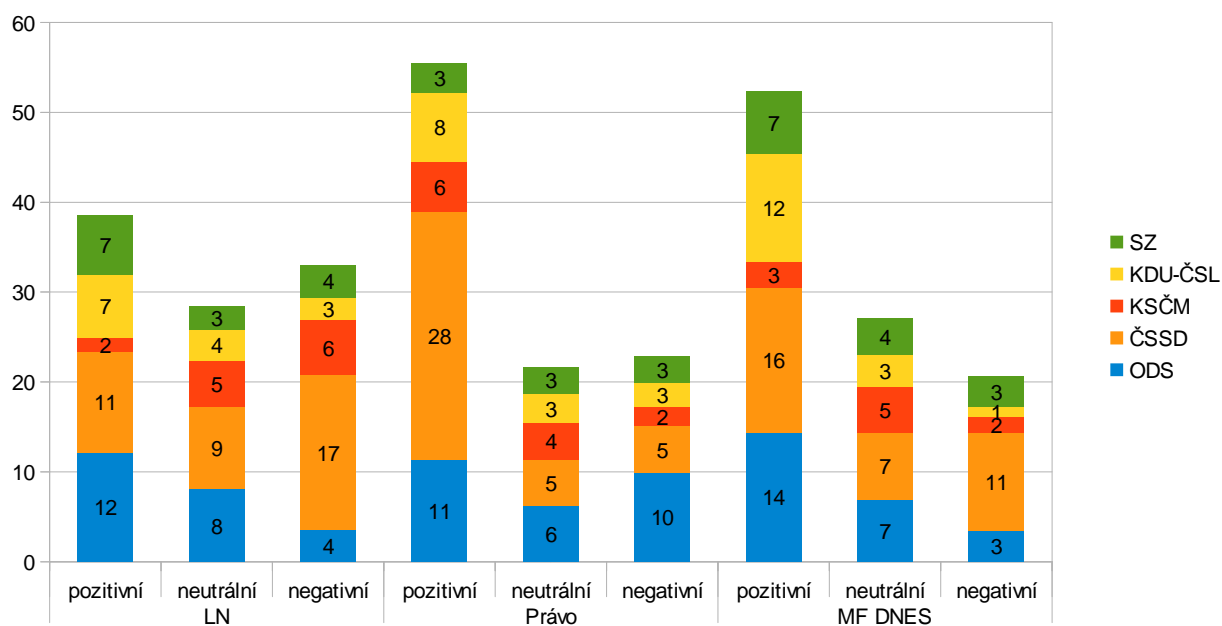
Výsledky z roku 2013 jsou uvedeny v Grafu č. 8 a Grafu č. 9. Nejvíce článků, 225, prezentovalo strany pozitivně, 127 neutrálně, 89 negativně. Všechny deníky informovaly o stranách nejčastěji pozitivně. O straně ČSSD informovaly deníky Právo a LN nejčastěji pozitivně. O straně ANO informovaly všechny deníky nejčastěji pozitivně, stejně tak o straně TOP 09, i když oproti roku 2010 o této straně přibýlo negativních zpráv. O straně ODS informovaly všechny deníky nejvíce pozitivně. O straně KDU-ČSL se neobjevily žádné negativní zprávy. Deník LN nejčastěji pozitivně informoval o straně ČSSD, stejně jako negativně.

Nejvíce procent, 46, zabírala strana ČSSD v negativní reprezentaci v deníku MF DNES. Strana ČSSD zabírala největší procento ze všech stran v pozitivní prezentaci ve všech denících. V negativní prezentaci zabírala strana ČSSD největší místo v denících LN a MF DNES. Největší procento negativních článků v deníku Právo zabírala strana ODS.

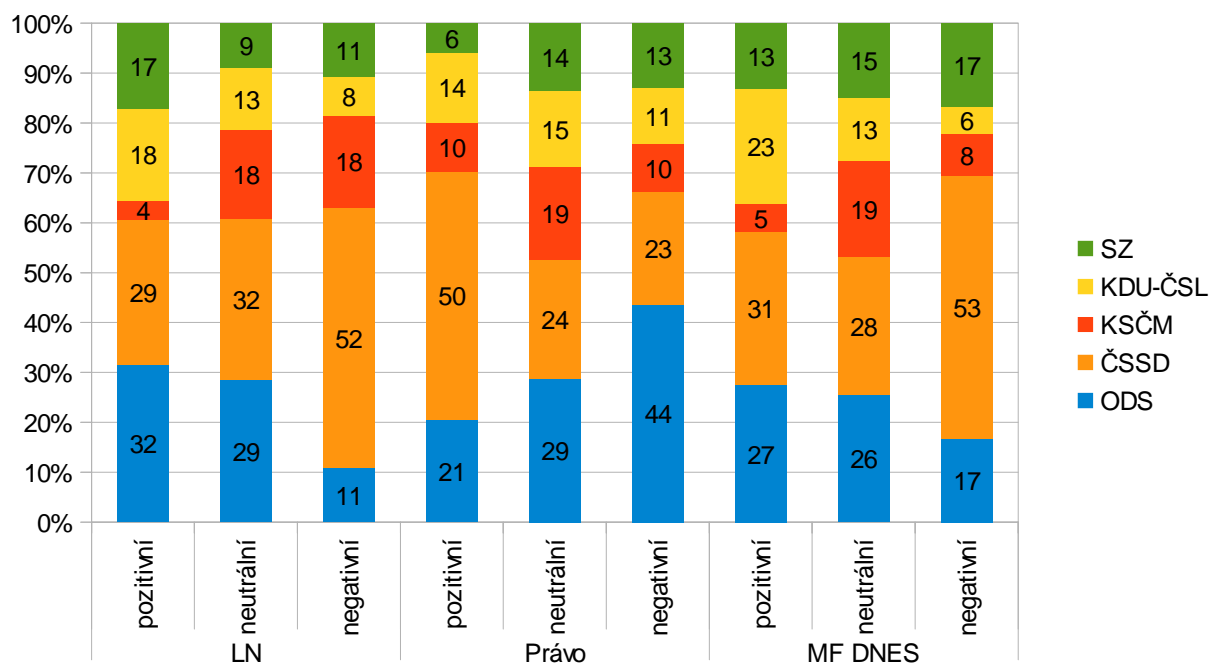
Celkově deník Právo ve všech letech informuje o straně ČSSD nejčastěji pozitivně. Deníky LN i MF DNES informují o této straně různě v různých letech. V roce 2006 LN o této straně informuje nejčastěji negativně, MF DNES nejčastěji pozitivně. V roce 2010 se u těchto dvou deníků tento vztah obrací. V roce 2013 LN informují o ČSSD nejčastěji pozitivně, MF DNES nejčastěji neutrálně. O straně ODS nejčastěji pozitivně informují všechny deníky. Tento vztah ale není tak silný, jako u ČSSD a deníku Právo. Deníky informují o ODS často také negativně. Pravidla

objektivitu by vyžadovala neutrální prezentaci všech stran, to zde není dodrženo. Výsledky mohou být ovlivněny metodikou výzkumu.

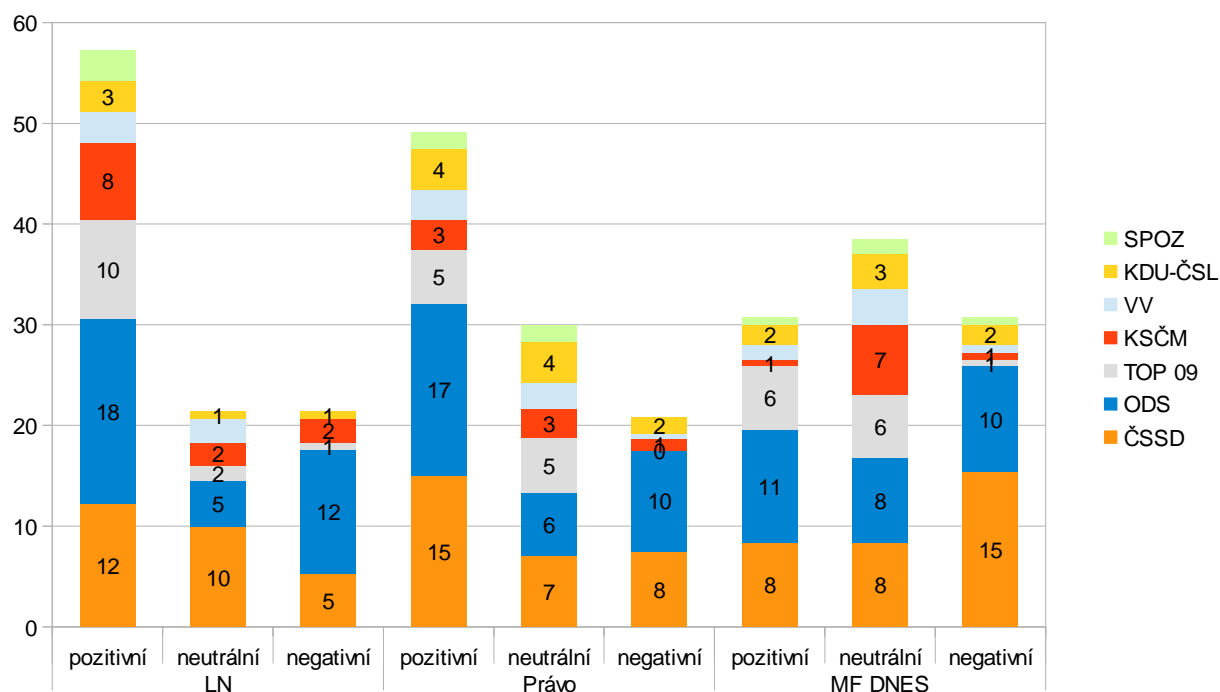
Nepotvrdila se tedy hypotéza H2: Strany budou v nejvíce článcích prezentovány neutrálně. Nejvíce zmínek o stranách je pozitivních, a to 780. Neutrálních zmínek je 444 a negativních 374. Rozdíl oproti některým minulým výzkumům může být způsoben jinou metodikou hodnocení positivity/negativity.



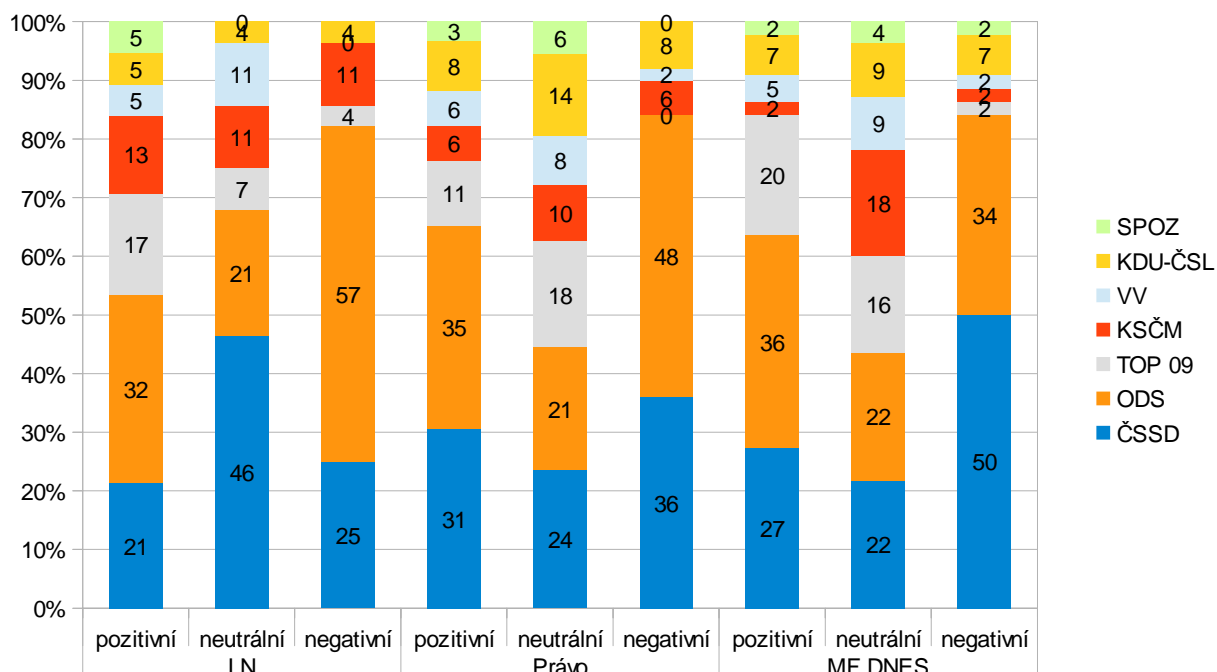
Graf č. 4 poměr pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany (v % z článků z daného deníku) 2006



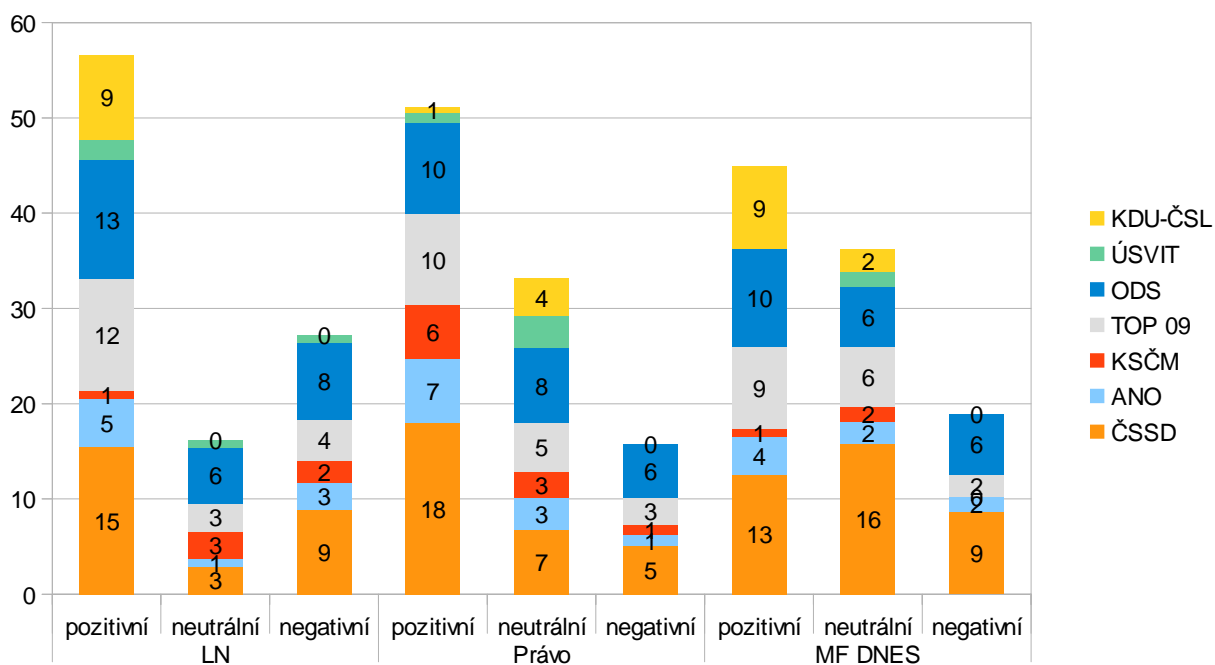
Graf č. 5 poměr pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany 2006



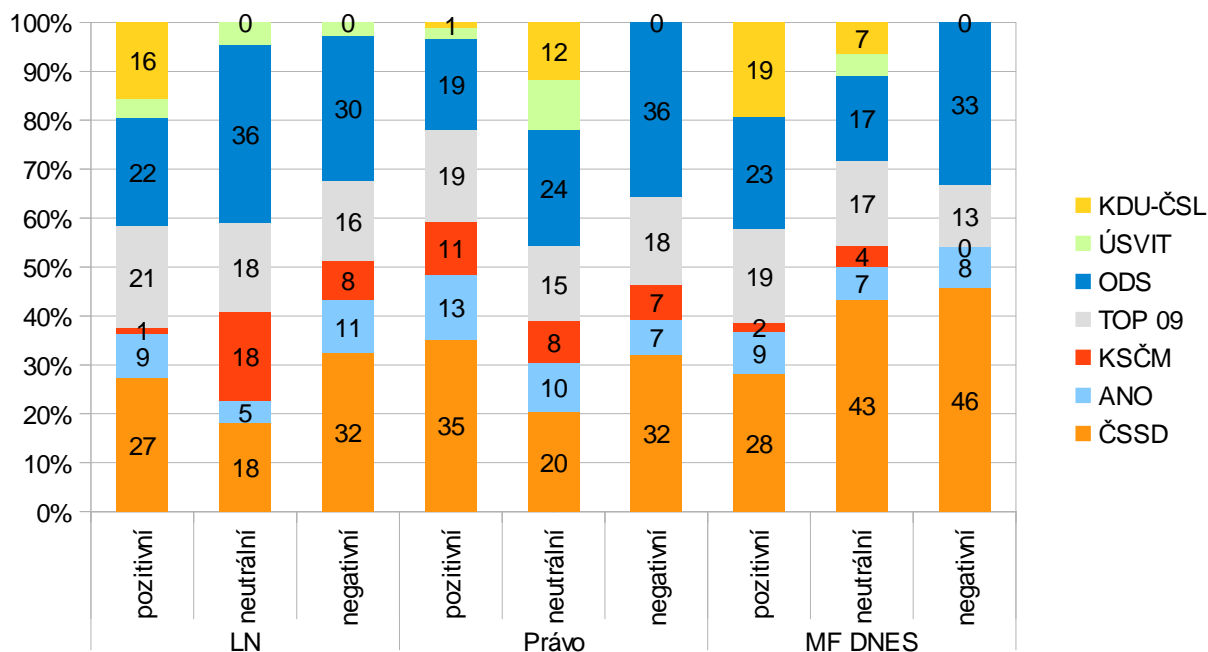
Graf č. 6 pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany (v % z článků z daného deníku) 2010



Graf č. 7 poměr pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany 2010



Graf č. 8 pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany (v % z článků z daného deníku) 2013



Graf č. 9 poměr pozitivní/neutrální/negativní prezentace strany 2013

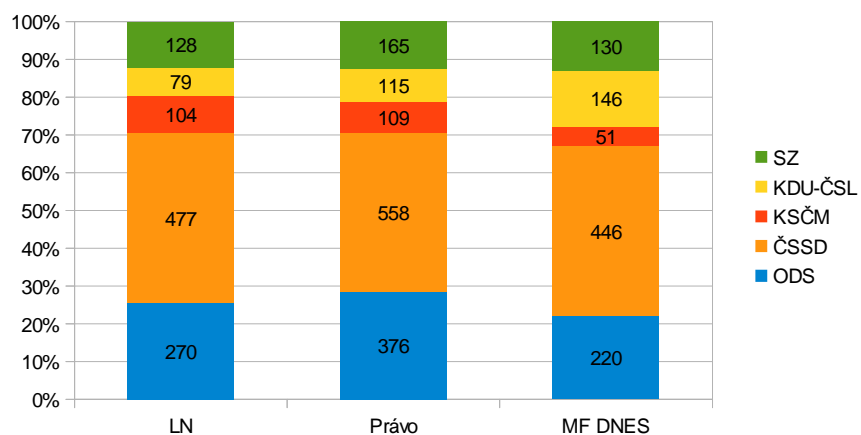
2.4.3. VO3: Kolikrát byla strana/kandidát zmíněna v článcích?

Pro zodpovězení této otázky bylo zaznamenáno, kolikrát byly v článku zmíněny jednotlivé strany/kandidáti. Tato data byla porovnána v rámci jednotlivých let. Data jsou zobrazena v grafech č. 10, 11 a 12. V roce 2006 v LN připadalo na jeden analyzovaný článek 11 zmínění některé strany. V Právu to bylo 9 zmínění, v MF DNES 11. Podíl počtu uvedení jednotlivých stran v analyzovaných článcích se příliš neliší od podílu článků, ve kterých jsou strany alespoň jednou zmíněny (viz Graf č. 1). Nejčastěji byla zmiňována ČSSD v deníku Právo, a to 558, nejméně strana KSČM (51) v deníku MF DNES.

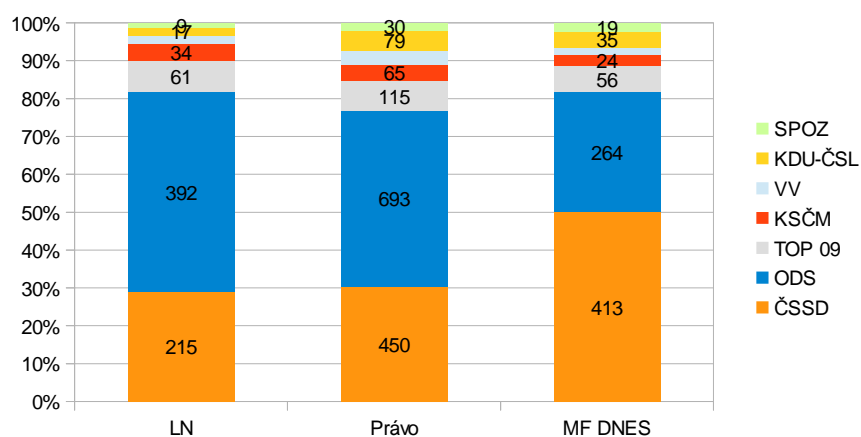
V roce 2010 jsou zde v porovnání s počtem článků, ve kterých je strana alespoň jednou zmíněna, častěji uvedeny strany ODS a ČSSD. Ostatní strany jsou alespoň jednou zmíněny ve 40% článcích (viz Graf č. 2). V počtu zmínění v článcích se ale jedná pouze o přibližně 20%. Tento rozdíl byl pravděpodobně způsoben častějším uváděním předvolebních průzkumů v denících v tomto roce oproti letům 2006 a 2013. Neboť menší strany jsou v průzkumech zmíněny pouze jednou. Strana ODS je v LN a Právu zmiňována častěji v porovnání s výskytem v článcích.

V roce 2013 se podíl počtu zmínění jednotlivých stran v článcích příliš neliší od podílu článků, ve kterých jsou strany alespoň jednou zmíněny (viz Graf č. 3). Nejčastěji zmiňovanou stranou byla ODS v deníku Právo (341 zmínění), nejméně byla zmíněna strana KSČM (4 zmínění)

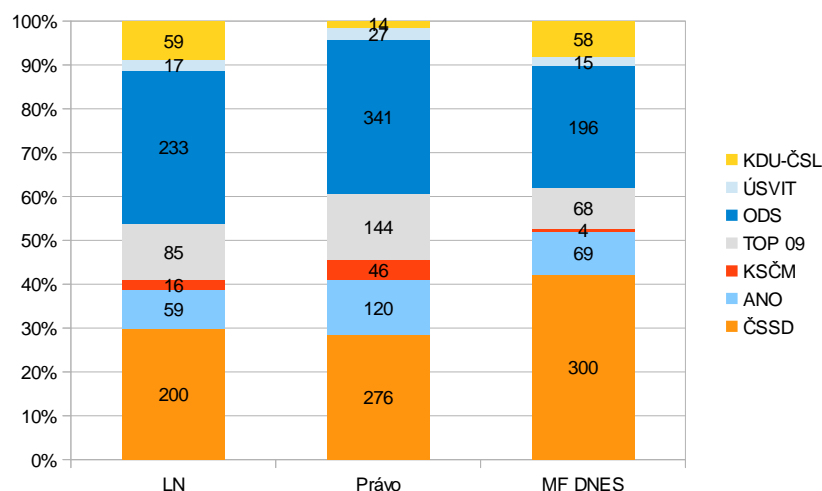
v deníku MF DNES.



Graf č. 10 počet zmínění strany v článku 2006



Graf č. 10 počet zmínění strany v článku 2010



Graf č. 11 počet zmínění strany v článku 2013

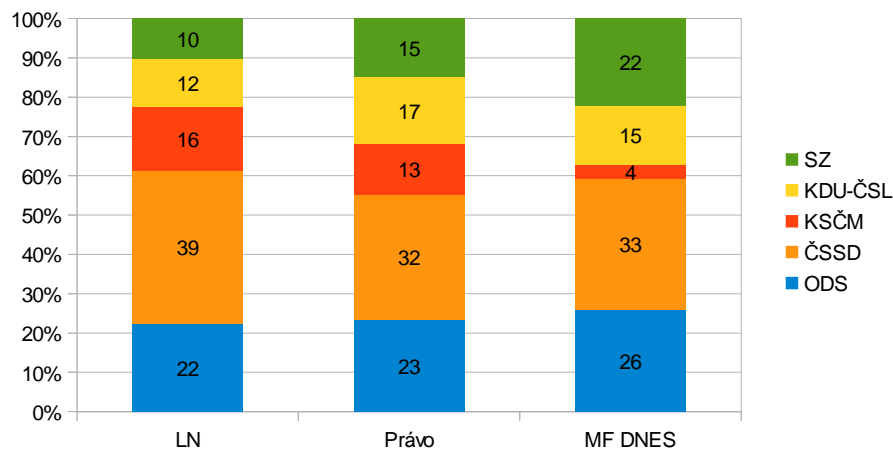
2.4.4. VO4: V kolika člancích byla strana/kandidát zmíněna na první straně novin?

Výsledky z roku 2006 jsou uvedeny v Grafu č. 12. V deníku LN na titulní stránce jsou strany uvedeny přibližně stejně často, jako v celkovém obsahu deníku (viz Graf č. 1). V deníku Právo jsou dvě velké strany uvedeny na titulní straně méně, než v celém deníku – ODS 28%, 23%, ČSSD 38%, 32%. Více jsou zde zmiňovány strany KDU-ČSL a SZ. V deníku MF DNES je zastoupení stran na titulní straně velmi podobné, jako v celkovém obsahu zpravodajství deníku. Méně je zde uvedena strana KSČM (10%, 4%). Více je zde uvedena strana SZ (14%, 22%).

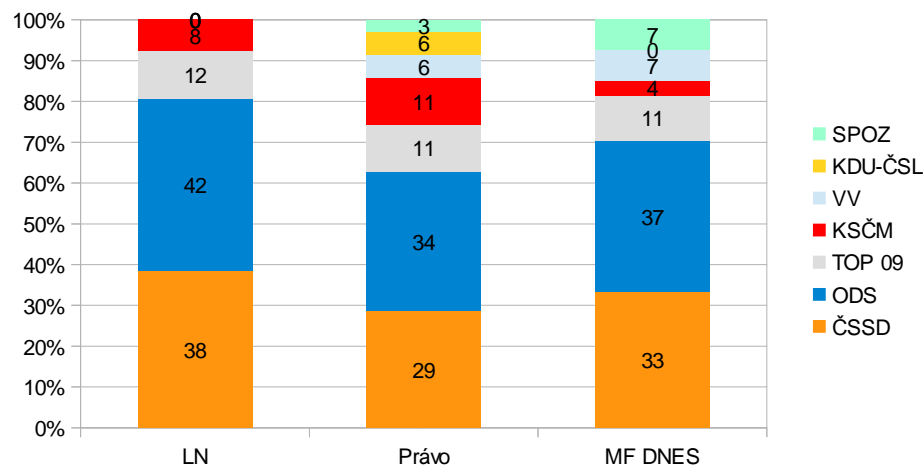
Data z roku 2010 jsou uvedena v grafu č. 13. V LN byl největší rozdíl uvádění stran na titulní straně oproti výskytu stran ve všech člancích (viz Graf č. 2). Vůbec zde nebyly uvedeny strany VV, KDU-ČSL a SPOZ. Naopak strany ČSSD a ODS byly uváděny častěji (27%, 38%; 35%, 42%). V deníku Právo jsou poměry na titulní straně téměř stejné, jako v celém deníku. V MF DNES se na titulní straně neobjevovala strana KDU-ČSL, strana KSČM se zde vyskytovala méně, strana SPOZ častěji než v celém deníku.

Data z roku 2013 jsou uvedena v grafu č. 14. V LN byl, stejně jako v roce 2010, největší rozdíl uvádění stran na titulní straně oproti výskytu stran ve všech člancích (viz Graf č. 3). Vůbec zde nebyly uvedeny strany KDU-ČSL a ÚSVIT. Strany ČSSD a ANO byly uváděny častěji (27%, 39%; 9%, 17%). V deníku Právo jsou poměry téměř stejné, jako v celém deníku, jen strana KDU-ČSL je na titulní straně uváděna častěji. V MF DNES jsou poměry také podobné, jako v celém deníku. Strana ČSSD je uváděna častěji na titulní stránce (37%, 42%), stejně tak strana KDU-ČSL (11%, 16%). Strana TOP 09 je naopak uváděna méně často (17%, 11%).

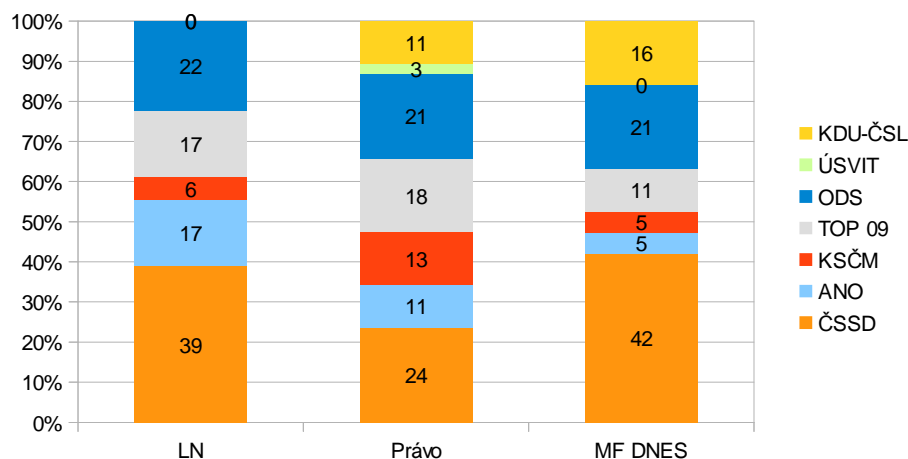
Hypotéza H3: Na první straně bude zastoupení stran více vyvážené, než v celém deníku. Tato hypotéza se nepotvrdila. Na titulní straně deníku LN v roce 2006 jsou strany uvedeny přibližně stejně často, jako v celém deníku. Naopak v dalších letech deník vynechává na titulní straně některé méně zmiňované strany. V deníku Právo v roce 2006 jsou méně uvedeny dvě nejčastěji uváděné strany, v následujících letech se uvádění stran na titulní straně podobá uvádění stran v celém deníku. U MF DNES jsou ve všech letech poměry stran podobné, jako v celém deníku. Hypotézu by bylo možné potvrdit jen v deníku Právo v roce 2006.



Graf č. 12 počet zmínění strany v článku 2006



Graf č. 13 počet zmínění strany v článku 2010



Graf č. 14 počet zmínění strany v článku 2013

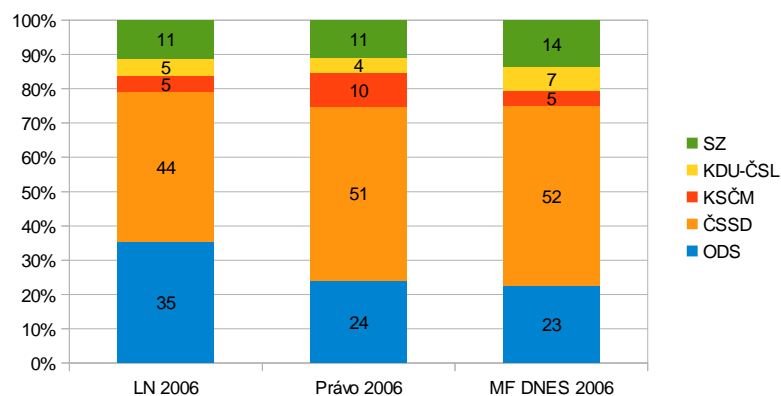
2.4.5. VO5: Jaké je zastoupení stran v titulcích článků?

Pro zodpovězení této výzkumné otázky bylo sledováno zmiňování stran a kandidátů v titulcích. Výsledky analýzy titulků jsou uvedeny v grafech č. 15, 16, 17. V roce 2006 byla politická strana přítomna v LN v 48% titulků, v Právu v 54% titulků, v MF DNES v 43% titulků. V roce 2010 byla politická strana přítomna v LN v 49% titulků, v Právu v 64% titulků, v MF DNES v 60% titulků. V roce 2013 potom byla politická strana přítomna v LN v 28% titulků, v Právu v 28% titulků, v MF DNES v 37% titulků (tedy výrazně méně, než v předchozích letech).

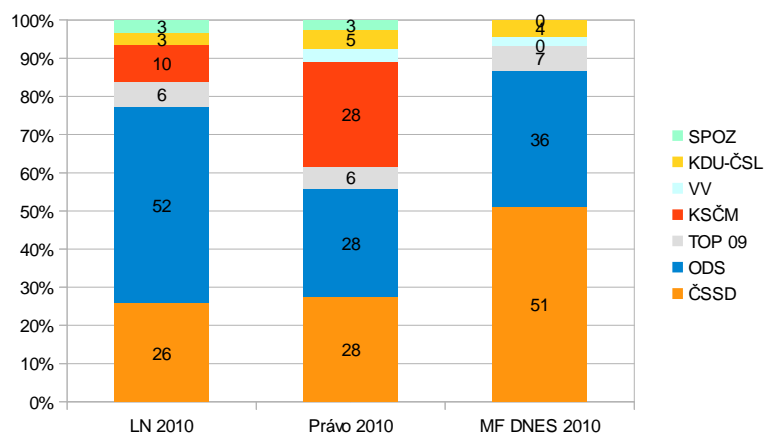
V roce 2006 byla častěji v titulcích LN, než v běžném textu, zmiňována strana ODS (35% oproti 24% - viz graf č. 1). Ve všech denících byla v titulcích více zmiňována strana ČSSD (LN 38%, 44%; Právo 38%, 51%; MF DNES 34%, 52%). Naopak přibližně dvakrát méně byly zmiňovány v titulcích strany KSČM a KDU-ČSL (viz Graf č. 1). V roce 2010 byla strana ČSSD zmiňována v titulcích MF DNES častěji, než ve člancích (32%, 51%). Strana ODS byla v titulcích zmiňována častěji v LN (35%, 52%). V Právu byly v roce 2010 častěji v titulku zmiňovány strany ODS a ČSSD (viz Graf č. 2).

V roce 2013 byla ve všech denících v titulku více zmiňována strana ČSSD. V denících LN a MF DNES byla častěji zmiňována také strana ODS, naopak strana TOP 09 byla v těchto dvou denících zmiňována v titulku méně, než v člancích (viz Graf č. 3). Strany KSČM a ÚSVIT byly v titulku zmíněny jen deníkem Právo. LN v titulku ani jednou nezmínily také stranu TOP 09. Dalo by se zde shrnout, že v daných letech dostávají v titulcích novinových článků ve všech zkoumaných denících největší prostor dvě stejné strany a to ODS a ČSSD. V roce 2013 se tento stav alespoň v deníku Právo mění v neprospěch ODS a ve prospěch strany TOP 09 a ANO. V titulcích jsou

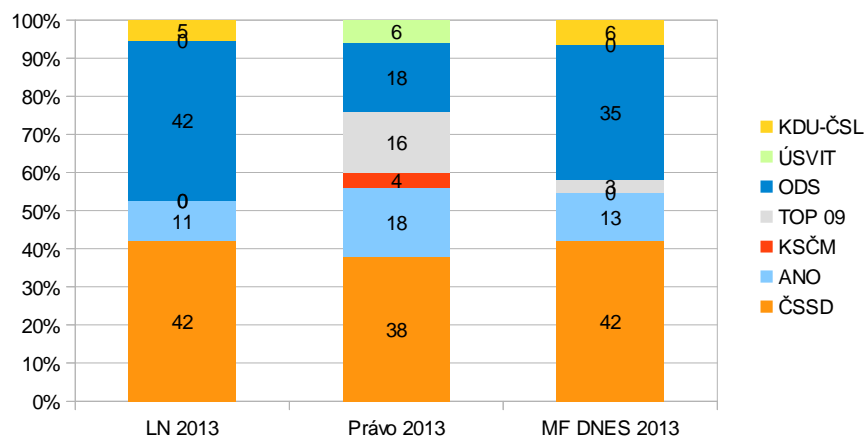
nejspíš častěji uváděny strany s větší šancí na úspěch ve volbách.



Graf č. 15 podíl stran v titulcích článků 2006



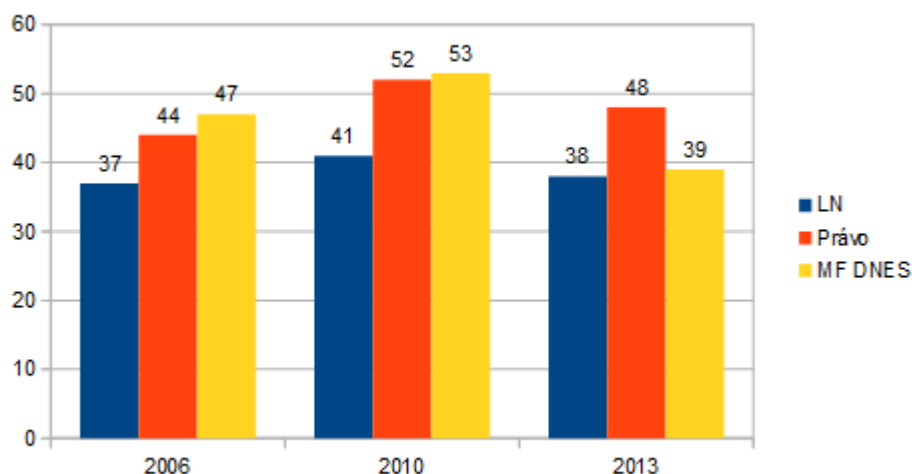
Graf č. 16 podíl stran v titulcích článků 2010



Graf č. 17 podíl stran v titulcích článků 2013

2.4.6. VO6: Jaké je zastoupení článků, které zmiňují jen jednu politickou stranu?

Pro zodpovězení této otázky bylo zaznamenáno, jaké strany jsou v článku uvedeny. V grafu č. 18 je uvedeno, kolik článků v jednotlivých letech a denících zmiňovalo jen jednu politickou stranu. LN mají ve všech letech nejmenší podíl článků, zmiňujících jen jednu stranu. Ve všech letech se v denících jedná přibližně o 45% článků.



Graf č. 18 podíl článků, zmiňujících jen jednu politickou stranu

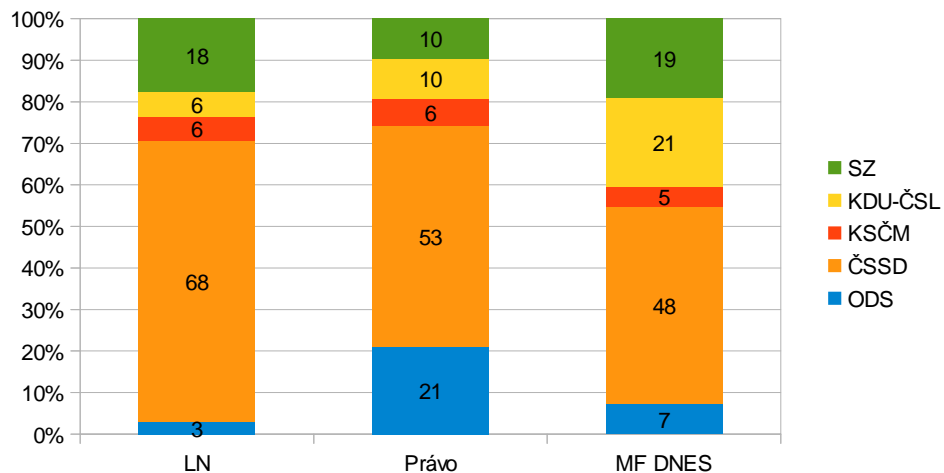
Graf č. 19 ukazuje data z roku 2006. Méně oproti zmiňování stran v článcích (graf č. 1) je zde ve všech zkoumaných denících uváděna strana ODS (přibližně 10% oproti 26%). Největší rozdíl je u deníku LN, nejmenší u Práva. Více je v samostatném článku uváděna naopak strana ČSSD (přibližně 37% oproti 56%). U méně uváděných stran zde více uváděna strana SZ, méně naopak strana KSČM.

Graf č. 20 zobrazuje data z roku 2010. Zde je oproti roku 2006 větší rozdíl v rámci jednotlivých deníků. Deník LN informuje v samostatném článku méně často o malých stranách kromě TOP 09 (viz graf č. 2). O ČSSD informuje takto méně, než v celkovém obsahu (27%, 13%), o ODS více (35%, 67%). Deník Právo informuje samostatně více o ODS (33%, 52%), o ČSSD přibližně stejně často. O malých stranách informuje méně, než v celkovém obsahu. Deník MF dnes informuje samostatně více o ČSSD i ODS, méně o menších stranách kromě KDU-ČSL.

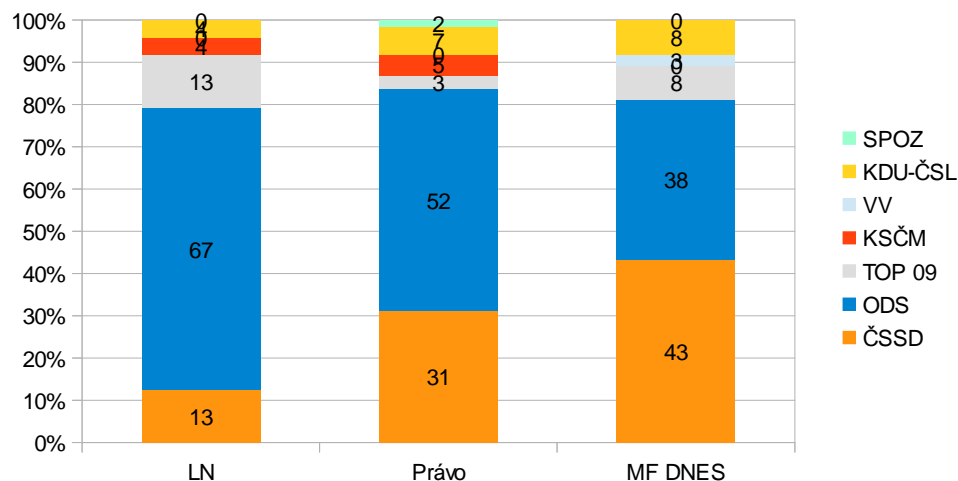
Graf č. 21 zobrazuje data z roku 2013. Ve všech denících byly samostatně častěji, než ve všech článcích, zmiňovány obě velké strany ODS a ČSSD (viz graf č. 3). Strana KSČM nebyla

samostatně zmiňována téměř vůbec. Dále deník Právo neuváděl samostatně stranu KDU-ČSL, deník MF DNES stranu ANO.

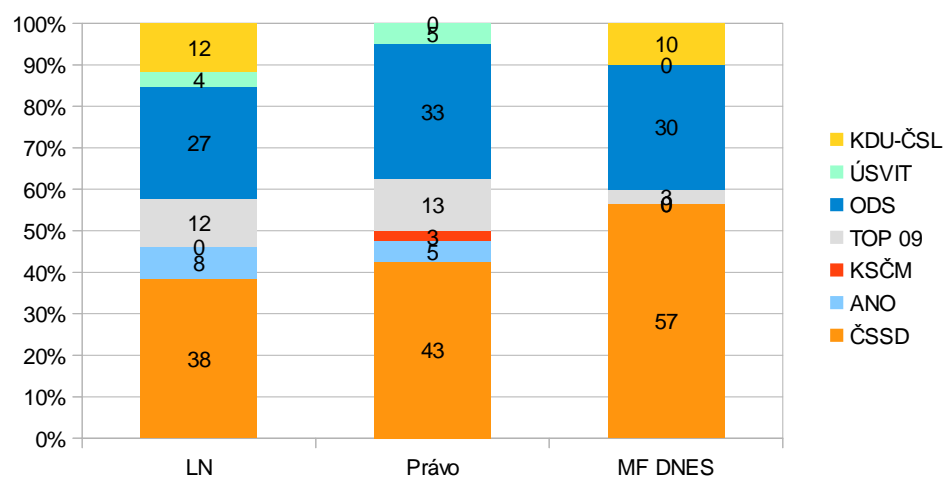
Hypotézu H5: Ve článcích jen s jednou politickou stranou budou více zastoupeny dvě celkově nejvíce zmiňované strany, se nepodařilo potvrdit. V roce 2006 je strana ODS ve všech denících zmiňována méně, než v celkovém obsahu deníků. V roce 2010 je v deníku LN strana ČSSD zastoupena v samostatných článcích méně často, než v celkovém obsahu deníků.



Graf č. 19 podíl stran v článcích s jen jednou uvedenou stranou 2006



Graf č. 20 podíl stran v článcích s jen jednou uvedenou stranou 2010



Graf č. 21 podíl stran v článcích s jen jednou uvedenou stranou 2013

Závěr

Vliv masových médií ve společnosti se stále zvyšuje. Lidé získávají většinu informací o okolním světě právě z médií. Proto se ve společnosti projevuje potřeba kontrolovat, jak média o okolním světě informují. V liberálně-demokratických společnostech stát nezasahuje přímo do obsahu médií. Vytvářejí se zde zákony na regulaci médií, které regulují především pravidla pro vlastnictví médií. Pro veřejnoprávní média platí samostatné zákony.

Média si také určují svoje vlastní pravidla. Sdružují se do různých organizací, každé z nich má také samostatná pravidla, podle kterých se novináři musí řídit. Hlavním pravidlem médií v liberálně-demokratické společnosti je snaha informovat ve zpravodajství objektivně o okolním světě. Tato snaha se týká jak informování o politice, tak o jiných tématech. V informování o politických tématech je hlavní částí snahy o objektivitu vyváženost. Podle svých pravidel by média měla uvádět různé pohledy na problémy. Také by nemělo být poznat, jakou stranu novinář preferuje.

Tato pravidla nestačí jen vyžadovat, je nutné zkoumat, do jaké míry je média dodržují. V ČR se tomuto tématu věnuje velmi málo studií, v zahraničí je ale tento výzkum rozšířen. Naše studie pomocí obsahové analýzy zjistila, že tři nejčtenější deníky v ČR informují nejvíce o dvou největších stranách ČSSD a ODS. V posledním zkoumaném roce se tento poměr ale mění v neprospěch strany ODS a ve prospěch TOP 09. Malé a nové strany mají v médiích méně prostoru. Všechny tři zkoumané deníky ale informují přibližně stejně často o jednotlivých stranách. Také není velký rozdíl mezi počtem článků, ve kterých je strana zmíněna, a počtem zmínění strany v člancích.

Více se deníky liší v tom, jestli informují o jednotlivých stranách v pozitivním/negativním světle. Deník Právo v průběhu všech zkoumaných let informuje nejčastěji pozitivně o straně ČSSD. O straně ODS informují nejčastěji pozitivně všechny deníky. O KDU-ČSL informují všechna média také nejčastěji pozitivně. U dalších zkoumaných stran není v průběhu let u daných deníků žádná silná tendence informovat negativně, pozitivně.

Na své titulní straně uvádí deník Lidové noviny méně často malé strany a některé neuvádí vůbec, naopak velké strany uvádí častěji. V dalších dvou denících jsou strany na titulní straně uváděny přibližně stejně často, jako v celkovém obsahu deníků. V titulcích zpráv jsou častěji uváděny dvě největší strany ODS a ČSSD na úkor malých stran v porovnání se zmiňováním stran v celém obsahu deníků. V člancích, které zmiňují jen jednu politickou stranu, nebyla nalezena žádná souvislost mezi jednotlivými lety a deníky.

Zdroje

- Burton, G. (2001). *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister.
- Domke, David, & Watts, M. D. (1999). The Politics of Conservative Elites and the „Liberal Media“ Argument. *Journal of Communication*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=23&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=2631707>
- Druckman, N. J. (2005). The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters. *Journal of Politics*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=21&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=18501073>
- Dubský, J., Murdza K., & Urban L. (2006). *Sociologie médií a veřejného mínění*. Praha: Policejní akademie České republiky.
- Dunway, J. (2007). Examining Institutional and Political Influences on Slanted Campaign News Coverage. *Conference Papers – American Political Science Association*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=14&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=34505882>
- Fico F., & Freedman E. (2008). Biasing Influences on Balance in Election News Coverage: An Assessment of Newspaper Coverage of the 2006 U.S. Senate Elections. *Journalism and mass communication quarterly*. Dostupné z: <http://jmq.sagepub.com/content/85/3/499.short>
- Fico F., Freedman E., & Love B. (2006). Partisan and Structural Balance in Newspaper Coverage of U.S. Senate Races in 2004 with Female Nominees. *Journalism and mass communication quarterly*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=25&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=21184750>
- Fico F., & Cote W. (1999). Fairness and Balance in the Structural Characteristics of Newspaper Stories on the 1996 Presidential Election. *Journalism and mass communication quarterly*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=16&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbmc9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=1988079>
- Gramsci, A. (1983). *Selection from the prison notebooks*. New York: International publishers.
- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell : how the market transforms information into news*. N.J.: Princeton University Press.
- Huk, J. (2008). *Sociologie médií: (žurnalisté, politici a ti ostatní)*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Itule, B. D. (1991). *News writing and reporting for today's media*. New York: McGraw-Hill.

- Jirák, J., & Spitzová-Köpplová B. (2003). *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Kahn K. F., & Kenney P. J. (2002). The slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizens' Views of Candidates. *American Political Science Review*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=30&sid=10bb27fe-f783-49c9-9464-3dc3de611db1%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbm9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=7193181>
- Kapoun, P., & Olšovská L. (2003). *Média, komunikace, vzdělávání*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta.
- Kocourková, Nikola. (2014). *Média a politika – Politické strany ve vybraném českém denním tisku v období před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2013* (Diplomová práce). Praha: FSV UK.
- Levite A. (1996). Bias Basics. *National review*. Dostupné z: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=4&sid=a0361db5-dc71-489d-9c20-fde93fe9f410%40sessionmgr4005&hid=4214&bdata=Jmxhbm9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=9610177610>
- Lowry, D. L. (2008). Network TV News Framing Of Good Vs. Bad Economic News Under Democrat And Republican Presidents: A Lexical Analysis Of Political Bias. *Journalism*. Dostupné z: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=6&sid=a0361db5-dc71-489d-9c20-fde93fe9f410%40sessionmgr4005&hid=4214&bdata=Jmxhbm9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=36234782>
- MEDIAN. (2014, September 13). Dostupné z: www.median.cz
- McCombs, M. E., & Shaw D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*.
- McNair, B. (2004). *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál.
- McQuail, D. (2002). *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Morris, J. S. (2007). Slanted Objectivity? Perceived Media Bias, Cable News Exposure, and Political Attitudes. *Social Science Quarterly (Wiley-Blackwell)*. Dostupné z: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=10&sid=4c04b11c-16f6-4b6d-9301-6182a11c2a96%40sessionmgr110&hid=123&bdata=Jmxhbm9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=a9h&AN=25617385>
- Musil, J. (2010). *Sociální a mediální komunikace*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.
- Müller, K. (2008). *Politická sociologie*. Praha: Portál.
- Osvaldová, B. (2001). *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- Rosůlek, P. (2009). *Média & politika: vybrané problémy: modernita, propaganda, politický marketing, agenda-setting, terorismus, žurnalistika*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
- Takens, J., Ruigrok N., Van Hoof A., & Scholten O. (2008). Leaning to the Right or Leaning to the

Left? Dutch Media and Politics. *Conference Papers -- International Communication Association*.
Dostupné z: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=3&sid=a68e38d1-8411-45dd-8ff2-a07c08351659%40sessionmgr4005&hid=4203&bdata=JkF1dGhUeXBIPWlwLGNvb2tpZSx1aWQmbGFuZz1jcyZzaXRIPWVkcylsaXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#db=edo&AN=36957091>

Tan, Y., & Weaver D. H. (2010). Media Bias, Public Opinion, and Policy Liberalism from 1956 to 2004: A Second-Level Agenda-Setting Study. *Mass Communication and Society*. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205430903308476>

Thensen, G. (2014) Political Agenda Setting as Mediatized Politics? Media-Politics Interactions from a Party and Issue Competition Perspective. *The International Journal of Press/Politics*. Dostupné z: <http://hij.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1940161213515756>

Trampota, T. (2006). *Zpravodajství*. Praha: Portál.

Verner, P. (2007). *Zpravodajství a publicistika*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského.

Westerståhl J. (1983). Objective News Reporting: General Premises. *Communication Research*. London: Sage Publications. Dostupné z: <http://crx.sagepub.com.ezproxy.is.cuni.cz/content/10/3/403.full.pdf+html>